

**HAMBATAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN (YLK) DALAM
MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN
BERKAITAN DENGAN KENAIKAN TARIF PDAM
(Studi pada Yayasan Lembaga Konsumen di Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Kesarjanaan
Dalam Ilmu Hukum

Oleh :

FITRI HIDAYAT
NIM. 0310100116



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2007

LEMBAR PERSETUJUAN
HAMBATAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN (YLK) DALAM
MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN
BERKAITAN DENGAN KENAIKAN TARIF PDAM
(Studi pada Yayasan Lembaga Konsumen di Malang)

Oleh:

FITRI HIDAYAT

NIM. 0310100116

Disetujui pada tanggal :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Indrati, S.H., M.S.

Sri Lestariningsih, S.H., M.Hum.

NIP. 130 818 801

NIP. 131 914 576

Mengetahui

Ketua Bagian Hukum Perdata

Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H.

NIP. 131 759 552

LEMBAR PENGESAHAN
HAMBATAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN (YLK) DALAM
MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN
BERKAITAN DENGAN KENAIKAN TARIF PDAM
(Studi pada Yayasan Lembaga Konsumen di Malang)

Oleh:

FITRI HIDAYAT

NIM. 0310100116

Skripsi telah disahkan oleh dosen Pembimbing pada tanggal:

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

Indrati, S.H., M.S.

Sri Lestariningsih, S.H., M.Hum.

NIP. 130 818 801

NIP. 131 914 576

Ketua Majelis Penguji,

Ketua Bagian Hukum Perdata

Umu Hilmy, S.H., M.S.

Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H.

NIP. 131 415 709

NIP. 131 759 552

Mengetahui,

Dekan,

Herman Suryokumoro, S.H., M.S.

NIP. 131 472 741

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Hambatan Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM (Studi pada Yayasan Lembaga Konsumen di Malang) “ .

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan kerjasama berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Herman Suryokumoro, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Barawijaya Malang.
2. Ibu Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Indrati, S.H., M.S., selaku dosen pembimbing utama, terima kasih atas motivasi, waktu, dan kesediaannya membimbing penulis sampai akhir penulisan skripsi ini.
4. Ibu Sri Lestariningsih, S.H., M.Hum., selaku dosen pembimbing pendamping atas motivasi, waktu, dan kesediaannya membimbing penulis sampai akhir penulisan skripsi ini.
5. Bapak Soemito, Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM), terima kasih atas kesediaannya memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.

6. Bapak Heru Sumarsono, Bagian Advokasi Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM), terima kasih atas waktu dan segala bantuan yang diberikan kepada penulis.
7. Bapak Nanang Nelson, Pimpinan Pusat Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim), terima kasih atas kesediaannya memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
8. Bapak Dholin Efendi, Sekretaris Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim), terima kasih atas waktu dan segala bantuan yang diberikan kepada penulis.
9. Bapak Heru Sukanto, Divisi Media dan Komunikasi Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim), terima kasih atas waktu dan segala bantuan yang diberikan kepada penulis.
10. Bapak Taufiq Hidayat dan Ibu Rini Rahayu Kurniati, papa dan mamaku, terima kasih telah berjuang dan berdoa demi suksesanku.
11. Firli Hidayat, adikku, terima kasih atas bantuan selama proses pengerjaan skripsi ini.
12. Mohammad Aziz Hakim, terima kasih telah menjadi semangat dan semua motivasi yang diberikan.
13. Sahabat-sahabatku, Febi, Dhyah, Yanti, Rian, Dipus, Esti, Dewi, Dody, Didit, Depri, Gading, Nanda, Odhieq, Onna, Otek, Tsalits, Anggi, terima kasih atas motivasi yang diberikan.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan permohonan maaf sebesar-besarnya apabila selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis telah melakukan kesalahan baik yang disengaja maupun tidak.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih belum sempurna, untuk itu harapan penulis adalah masukan dan kritik dari semua pihak untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Malang, Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|---|
| Lembar Persetujuan | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Kata Pengantar | iii |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Tabel | x |
| Daftar Bagan | xi |
| Daftar Lampiran | xii |
| Abstraksi | xiii |
| | |
| BAB I | PENDAHULUAN |
| A. | Latar Belakang..... 1 |
| B. | Rumusan Masalah..... 7 |
| C. | Tujuan Penelitian..... 8 |
| D. | Manfaat Penelitian..... 8 |
| E. | Sistematika Penelitian..... 9 |
| | |
| BAB II | KAJIAN PUSTAKA |
| A. | Kajian Mengenai Konsumen |
| 1. | Pengertian Konsumen..... 11 |
| 2. | Hak-hak Konsumen..... 13 |
| 3. | Kewajiban Konsumen..... 17 |
| B. | Kajian Mengenai Pelaku Usaha |
| 1. | Pengertian Pelaku Usaha..... 17 |
| 2. | Hak-hak Pelaku Usaha..... 17 |
| 3. | Kewajiban Pelaku Usaha..... 18 |
| C. | Kajian Mengenai Perlindungan Hukum |
| 1. | Perlindungan Hukum Yang Preventif..... 19 |
| 2. | Perlindungan Hukum Yang Represif..... 19 |
| D. | Kajian Mengenai Perlindungan Konsumen |
| 1. | Pengertian Perlindungan Konsumen..... 20 |
| 2. | Asas-asas Perlindungan Konsumen..... 20 |

| | | |
|----|--|----|
| 3. | Tujuan Perlindungan Konsumen..... | 21 |
| E. | Kajian Mengenai Penyelesaian Sengketa | |
| 1. | Pengertian Penyelesaian Sengketa..... | 22 |
| 2. | Model Alternatif Penyelesaian Sengketa | |
| a. | Mediasi..... | 23 |
| b. | Advokasi..... | 24 |
| F. | Kajian Mengenai Yayasan | |
| 1. | Pengertian Yayasan..... | 25 |
| 2. | Organ Yayasan..... | 25 |
| 3. | Tugas dan Wewenang Organ Yayasan..... | 25 |
| 4. | Kekayaan Yayasan..... | 26 |
| G. | Yayasan Perlindungan Konsumen dan Perlindungan Hak-hak Konsumen | |
| 1. | Peran Yayasan Lembaga Konsumen..... | 27 |
| 2. | Landasan Hukum Yayasan Lembaga Konsumen..... | 27 |
| 3. | Tugas Yayasan Lembaga Konsumen..... | 29 |
| H. | PDAM Sebagai Lembaga Pelayanan Publik Di Bidang Pemenuhan Kebutuhan Air Bersih Masyarakat Berdasarkan Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> | |
| 1. | Perusahaan Air Minum (PAM) Sebagai BUMN..... | 31 |
| 2. | PDAM Sebagai BUMD..... | 31 |
| 3. | Pengertian <i>Good Corporate Governance</i> | 32 |
| 4. | Prinsip-prinsip <i>Good Corporate Governance</i> | 34 |
| 5. | Tujuan <i>Good Corporate Governance</i> | 37 |
| I. | Kajian Mengenai Tarif PDAM | |
| 1. | Pengertian Tarif Air Minum..... | 38 |
| 2. | Dasar Kebijakan Penetapan Tarif..... | 38 |
| 3. | Proses Perhitungan dan Penetapan Tarif..... | 39 |

| | | |
|----------------|---|----|
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| A. | Metode Pendekatan..... | 40 |
| B. | Lokasi Penelitian..... | 40 |
| C. | Jenis Data dan Sumber Data..... | 41 |
| D. | Teknik Pengumpulan Data..... | 42 |
| E. | Populasi dan Sampel..... | 43 |
| F. | Teknik Analisa Data..... | 44 |
| G. | Definisi Operasional..... | 44 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. | Gambaran Umum Mengenai Lokasi Penelitian | |
| | 1. Profil Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)..... | 46 |
| | 2. Profil Lembaga Perlindungan Konsumen Jawa Timur (LPK-Jatim)..... | 55 |
| B. | Mekanisme Penyelesaian Pengaduan Konsumen Pada YLKM dan LPK-Jatim | |
| | 1. Persyaratan pendaftaran pengaduan..... | 64 |
| | 2. Pemanggilan para pihak..... | 65 |
| | 3. Penyelesaian pengaduan..... | 66 |
| | 4. Pengaduan yang tidak dapat diterima..... | 68 |
| | 5. Ganti rugi yang diminta konsumen..... | 69 |
| C. | Perkembangan Penyelesaian Pengaduan Konsumen | |
| | 1. YLKM..... | 71 |
| | 2. LPK-Jatim..... | 74 |
| D. | Hambatan Yang Dihadapi Oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM | |

| | |
|---|----|
| 1. Penjelasan mengenai LPKSM di Malang Berkaitan dengan pengaduan kenaikan tarif PDAM..... | 77 |
| 2. Cara YLKM menyelesaikan pengaduan Konsumen PDAM..... | 83 |
| 3. Tanggapan konsumen PDAM yang mengadu pada YLKM..... | 86 |
| 4. Hambatan yang dihadapi YLKM dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM | |
| a. Hambatan yang bersifat yuridis..... | 87 |
| b. Hambatan yang bersifat teknis | 88 |
| E. Upaya Yang Dilakukan Oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang Untuk Mengatasi Hambatan Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM | |
| 1. Upaya mengatasi hambatan yang bersifat yuridis..... | 91 |
| 2. Upaya mengatasi hambatan yang bersifat teknis..... | 91 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 94 |
| B. Saran..... | 96 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

| | | |
|---------|--|----|
| Tabel 1 | Susunan Keanggotaan Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)..... | 53 |
| Tabel 2 | Daftar Pengaduan Yang Masuk dan Diproses di YLKM Tahun 2006-Mei 2007..... | 72 |
| Tabel 3 | Daftar Pengaduan Yang Masuk dan Diproses di LPK-Jatim Tahun 2006-Mei 2007..... | 75 |
| Tabel 4 | Data Konsumen Yang Melakukan Pengaduan Ke YLKM Mengenai Kenaikan Tarif PDAM..... | 79 |

DAFTAR BAGAN

| | | |
|---------|--|----|
| Bagan 1 | Struktur Organisasi Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)..... | 49 |
| Bagan 2 | Struktur Organisasi Kantor Pusat Lembaga Perlindungan Konsumen Jawa Timur (LPK-Jatim)..... | 59 |
| Bagan 3 | Skema Penyelesaian Pengaduan Konsumen YLKM Dan LPK-Jatim..... | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Surat-surat

1. Surat Pernyataan Keaslian Skripsi
2. Surat Penetapan Pembimbing
3. Kartu Bimbingan Skripsi
4. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran I : Pengumuman PDAM Tentang Penetapan Tarif Air Minum Dan Biaya Langganan Pada PDAM Kota Malang

ABSTRAKSI

Fitri Hidayat, 0310100116, Perdata Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Juni 2007, Hambatan Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM (Studi pada Yayasan Lembaga Konsumen di Malang), Indrati, S.H., M.S., Sri Lestariningsih, S.H., M.Hum.

Tarif PDAM yang meningkat secara drastis dan tidak diinformasikan dengan baik oleh PDAM, menimbulkan reaksi dari masyarakat sebagai konsumen pelanggan PDAM. Karena bukan hanya tarif per meternya saja yang naik tetapi ditambah juga dengan biaya langganan. Memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur merupakan kewajiban pelaku usaha dalam hal ini PDAM yang telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau yang disebut UUPK. Maka konsumen pelanggan PDAM yang merasa keberatan pun mengadu pada Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM).

Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi YLKM dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM, serta upaya YLKM untuk mengatasi hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM, maka metode penelitian yang digunakan adalah yuridis sosiologis dan data yang diperoleh dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh jawaban atas permasalahan yang ada, bahwa hambatan yang dihadapi YLKM secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu hambatan yang bersifat yuridis dan hambatan yang bersifat teknis. Hambatan yang bersifat yuridis bertumpu pada pengaturan sistem hukum baik pada UUPK maupun pada Peraturan Pemerintahnya yang belum mencakup segala hal. Sedangkan hambatan yang bersifat teknis menyangkut ketidakberanian konsumen memperjuangkan haknya, rendahnya pengetahuan konsumen, kurangnya sosialisasi, kualitas sumber daya manusia, serta hambatan mengenai pengurus YLKM yang berprofesi ganda.

Upaya YLKM untuk mengatasi hambatan yang bersifat yuridis tidak maksimal karena menyangkut peraturan perundang-undangan yang ada. Upaya tersebut meliputi, YLKM menempatkan pengurusnya yang berlatar belakang pendidikan hukum pada bagian advokasi dan YLKM menggunakan cara negosiasi dan mediasi untuk menyelesaikan pengaduan, jika tidak dapat terselesaikan maka pengaduan tersebut diserahkan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Sedangkan untuk mengatasi hambatan yang bersifat teknis, upaya YLKM meliputi memberikan motivasi pada konsumen untuk berani memperjuangkan haknya, meningkatkan sosialisasi mengenai keberadaan YLKM, fungsi dan peran YLKM serta prosedur atau mekanisme penyelesaian sengketa. Selain itu YLKM juga merekrut relawan-relawan untuk bekerja secara penuh pada YLKM.

Berdasarkan uraian di atas, disarankan agar penyempurnaan peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen terus dilakukan, diperlukan adanya peningkatan sosialisasi mengenai keberadaan YLKM, berikut fungsi dan perannya pada instansi-instansi pemerintah agar tidak dipandang sebelah mata.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap orang merupakan konsumen suatu barang dan/atau jasa. Dapat dikatakan semua manusia yang hidup, tanpa terkecuali adalah konsumen dari suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu konsumen dapat diartikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹ Selama ini tidak sedikit konsumen yang mengeluh karena merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Sebagai contoh, seorang bapak yang tinggal di daerah Blimbing, merasa kaget pada saat membayar tagihan airnya bulan Januari, karena ia harus membayar mahal, jauh dari yang diperkirakan. Setelah ia tanyakan pada petugas yang berada di loket pembayaran, ternyata tarif air pada bulan tersebut memang naik . Begitu juga dengan yang dialami seorang bapak yang tinggal di daerah Dinoyo, merasa kaget ketika membayar tagihan airnya pada bulan Februari, karena bapak tersebut harus membayar jauh dari yang ia perkirakan, karena tagihan tersebut harus ditambah dengan biaya abonemen atau biaya berlangganan.² Tentu saja hal ini membuat bapak yang tinggal di daerah Blimbing dan bapak yang tinggal

¹ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 2

² Data Pengaduan Konsumen pada Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) tahun 2007

di daerah Dinoyo kecewa, karena merasa kenaikan tarif air tersebut begitu tinggi dan dirasakan memberatkan. Pada bulan Februari tarif dasar PDAM memang

naik sebesar 18 %, sebelumnya untuk kelompok rumah tangga B tarif pertama (maksimal 10 m³) per m³ dari Rp 1.600,- (seribu enam ratus rupiah) menjadi Rp 1.700,- (seribu tujuh ratus rupiah) dan untuk tarif kedua (lebih dari 10 m³) dari Rp 2.150,- (dua ribu seratus lima puluh rupiah) menjadi Rp 2.800,- (dua ribu delapan ratus rupiah).³ Begitu juga untuk tarif kelompok-kelompok rumah tangga lainnya. Kenaikan tarif air tersebut, sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 27 Tahun 2006 Tentang Penetapan Tarif Air Minum Dan Biaya Langganan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang. Peraturan tersebut memberlakukan tarif baru mulai bulan Februari. Selain kenaikan tarif air, pada bulan Februari tersebut pelanggan PDAM juga diharuskan membayar biaya abonemen atau biaya berlangganan. Pelanggan mengeluhkan adanya biaya berlangganan yang mungkin mereka merasa tidak ada pemberitahuan sebelumnya.

Sangat disayangkan jika melihat apa yang dialami bapak yang tinggal di daerah Blimbing, yang mengeluhkan tarif PDAM naik pada bulan Januari, padahal sesuai peraturan tarif PDAM naik mulai bulan Februari. Juga yang dialami pelanggan PDAM lain, yang merasa tidak ada pemberitahuan mengenai biaya berlangganan. Untuk hal ini ada dua kemungkinan yang terjadi, yang pertama pelanggan PDAM kurang memperhatikan edaran yang diberikan mengenai kenaikan tarif atau yang kedua PDAM kurang jelas dalam memberikan informasi mengenai kenaikan tarif ini. Jika kemungkinan yang

³ *Dewan Minta PDAM Tinjau Tarif*, 2007, www.surya.co.id, diakses tanggal 20 April 2007

kedua yang terjadi, maka hal tersebut merupakan suatu bentuk pelanggaran terhadap Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang kemudian disebut dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Karena dalam undang-undang tersebut telah jelas disebutkan apa saja yang menjadi hak konsumen dan tentu saja menjadi kewajiban pelaku usaha, yaitu yang disebutkan dalam pasal 4, hak konsumen adalah:⁴

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

Untuk kejadian di atas, pelaku usaha yaitu PDAM bisa dikatakan melanggar pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen khususnya huruf c yaitu hak konsumen untuk mendapat informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Karena bagaimanapun konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Dengan adanya kasus-kasus

⁴ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 4

tersebut membuktikan bahwa para pelaku usaha belum melaksanakan kewajibannya dengan baik, mereka kurang memperhatikan hak-hak konsumen.

Peristiwa-peristiwa tersebut hanya merupakan sebagian kecil dari peristiwa yang tidak menyenangkan yang dialami konsumen. Keberatan soal kualitas barang dan buruknya pelayanan pelaku usaha adalah hal yang paling mendominasi keluhan terhadap pelaku usaha. Walaupun di Indonesia sudah ada Undang-undang Perlindungan Konsumen dan dalam undang-undang tersebut juga sudah diatur apa saja yang menjadi hak konsumen termasuk hak atas ganti rugi jika telah dirugikan oleh pelaku usaha, tetapi konsumen enggan untuk memperjuangkan haknya. Banyak konsumen yang tidak mau menempuh jalur hukum yang memakan waktu dan biaya. Mereka berpikir mungkin saja biaya yang dikeluarkan untuk berperkara lebih besar daripada kerugian yang diderita. Banyak juga konsumen yang memilih menyerah daripada memperjuangkan haknya karena konsumen membutuhkan jasa atau barang tersebut. Selain itu disebabkan oleh ketidaksadaran konsumen bahwa mereka telah dirugikan. Keenganan konsumen untuk berperkara selain karena faktor di atas juga didasarkan pada:⁵

1. Belum dapat diterapkannya norma-norma perlindungan di Indonesia dalam hal ini Undang-undang perlindungan Konsumen yang relatif masih baru, sehingga diperlukan waktu sosialisasi pemberlakuannya selama satu tahun.
2. Praktik peradilan di Indonesia yang tidak sederhana, cepat dan biaya ringan.
3. Sikap menghindari konflik apabila hak-haknya sebagai konsumen dilanggar oleh perusahaan atau pengusaha.

Hakikatnya konsumen perlu dilindungi karena konsumen memiliki kedudukan yang tidak seimbang dengan pelaku usaha. Konsumen biasanya

⁵ Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra aditya Bakti, Bandung, hal.261

mempunyai posisi tawar (*bargaining position*) yang lemah. Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan pada konsumen. Salah satu tujuan perlindungan konsumen ini adalah untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Walaupun tidak dapat dikesampingkan kita sebagai konsumen terkadang memang kurang peduli akan hak-hak kita sebagai konsumen. Ini dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari, konsumen tidak pernah mengeluh meskipun sudah dirugikan. Sebagai contoh jika kita membeli makanan atau minuman biasanya dalam kemasan tertera berat atau isi dari produk tersebut. Biasanya berat atau isi produk tersebut tidak sesuai dengan yang tertera dalam kemasan, tetapi kita tidak pernah mempermasalahkannya, padahal sebenarnya kita telah dirugikan. Konsumen kurang mempunyai kesadaran mempertahankan hak-haknya, walaupun sudah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Sebenarnya Undang-undang Perlindungan Konsumen merupakan sarana pembelajaran bagi masyarakat sebagai konsumen bahwa konsumen tidak perlu takut untuk mempertahankan haknya karena hukum telah melindunginya.

Konsumen mempunyai tempat untuk mengeluh atau mengadu mengenai kerugian yang dideritanya akibat kecurangan pelaku usaha. Para konsumen bisa mengeluh pada Yayasan Lembaga Konsumen yang merupakan Lembaga Swadaya Masyarakat, seperti yang tercantum pada Undang-undang Perlindungan Konsumen. Salah satu tugas lembaga ini adalah memantau konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima pengaduan

konsumen. Di lembaga ini konsumen hanya memberikan data atau membuktikan pembelian barang dan/atau jasa tersebut, kemudian pelaku usaha yang wajib membuktikan bahwa ia merugikan konsumen atau tidak. Indonesia mempunyai Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang berkantor di Jakarta. Pada YLKI misalnya tahun 1999 kasus yang paling mendominasi pengaduan adalah mengenai developer bermasalah sebanyak 196 kasus. Pada tahun 2000 yang paling mendominasi adalah kasus buruknya pelayanan perbankan sebanyak 848 kasus, disusul oleh kasus pelayanan telepon, PLN serta jasa angkutan.⁶

Itu hanya pengaduan di YLKI yang hanya menampung keluhan konsumen seputar Jakarta saja. Padahal di daerah lain belum tentu ada lembaga serupa. Yayasan Lembaga Konsumen memang tidak tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di Jawa Timur sendiri hanya ada di Surabaya, Malang, Kediri, Bojonegoro, Ponorogo, Nganjuk, dan Madiun.⁷ Keberadaan lembaga ini memang belum mampu menghilangkan ketidakadilan yang terjadi pada konsumen kecuali dibarengi dengan upaya memperbaiki mekanisme pasar itu sendiri. Tetapi paling tidak adanya lembaga ini merupakan upaya mengatasi masalah konsumen, walaupun hanya sebagian kecil saja. Beruntung Malang termasuk salah satu kota yang memiliki lembaga ini, karena setidaknya ini merupakan tahap awal perlindungan konsumen di Indonesia meskipun dalam skala kecil. Walaupun tidak banyak tetapi ada konsumen yang mengadu atas

⁶ Era "Konsumen Waspadalah" Sudah Lewat, 2006, www.kompas.com, diakses tanggal 12 Maret 2007

⁷ Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Propinsi Jawa Timur, 2006, www.bpkn.go.id, di akses tanggal 15 Maret 2007

kerugian yang dideritanya. Ini menunjukkan kesadaran konsumen mulai tumbuh. Indonesia tidak hanya mempunyai Yayasan Lembaga Konsumen tetapi juga mempunyai Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha. Pada penelitian sebelumnya sudah pernah dibahas tentang BPSK tersebut, yaitu mengenai peran BPSK dalam menyelesaikan sengketa konsumen dan belum pernah ada yang meneliti mengenai Yayasan Lembaga Konsumen. Begitu juga dengan masalah kenaikan tarif air PDAM, masalah ini sebelumnya belum pernah ditulis. Kenaikan tarif PDAM ini juga menjadi masalah penting bagi masyarakat terutama bagi pelanggan PDAM karena air merupakan salah satu kebutuhan pokok.

Berdasarkan alasan-alasan dan latar belakang yang telah diuraikan di atas, perlu dilakukan kajian terhadap masalah hambatan yang dihadapi oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM. Serta upaya yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang untuk mengatasi hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM.

B. Rumusan Masalah

1. Apa hambatan yang dihadapi oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang

untuk mengatasi hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan hambatan yang dihadapi oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM.
2. Untuk menganalisis upaya yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang untuk mengatasi hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sumbangan pemikiran dalam Ilmu Hukum khususnya Hukum Perlindungan Konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori-teori yang berhubungan dengan hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan ketentuan yang ada dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Yayasan Lembaga Konsumen di Malang

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi Yayasan Lembaga Konsumen di Malang dalam memberikan perlindungan terhadap hak konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM sehingga hak konsumen tersebut dapat terlindungi secara optimal.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pemahaman pada masyarakat mengenai peran Yayasan Lembaga Konsumen di Malang sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-haknya sebagai konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab yang sistematika dan alur pembahasannya dapat dikemukakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penulisan skripsi, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang melandasi penulisan dan pembahasan yang berkaitan dengan judul, meliputi: teori mengenai konsumen, pelaku usaha, perlindungan hukum, perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa, yayasan, Yayasan Lembaga Konsumen, PDAM sebagai lembaga pelayanan publik di bidang pemenuhan kebutuhan air bersih masyarakat berdasarkan prinsip *Good Corporate Governance*, Tarif PDAM.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, meliputi: metode pendekatan, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data, serta definisi operasional.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran mengenai lokasi penelitian atau profil mengenai Yayasan Lembaga Konsumen di Malang serta pembahasan dari semua rumusan masalah yang diangkat, yaitu: mengenai hambatan Yayasan Lembaga Konsumen di Malang dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM dan upaya Yayasan Lembaga Konsumen di Malang untuk mengatasi hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM. Kemudian semua data yang diperoleh selama penelitian akan dianalisis dan dikaitkan dengan kajian-kajian teori.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini akan berisi kesimpulan dari hasil pembahasan bab-bab sebelumnya dan berisi saran-saran yang diharapkan akan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Mengenai Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai pemakai barang-barang hasil produksi atau pemakai jasa.⁸ Sedangkan definisi konsumen menurut undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.⁹

Unsur-unsur yang terdapat dalam pengertian konsumen adalah:¹⁰

a. Setiap orang

Subyek yang disebut konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.

b. Pemakai

Istilah pemakai menunjukkan barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Konsumen tidak harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang

⁸ Ibid, hal. 521

⁹ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 2

¹⁰ Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hal. 5-10

dan/atau jasa tersebut. Dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual. Contohnya seseorang yang memperoleh paket hadiah atau parcel, isi paket hadiah tersebut makanan atau minuman yang dibeli si pengirim di pasar swalayan. Maka seseorang yang memperoleh paket hadiah tersebut juga disebut konsumen.

c. Barang dan/atau jasa

Barang diartikan sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran. Tetapi saat ini syarat tersebut tidak mutlak lagi. Contohnya perusahaan pengembang (*developer*) perumahan sudah biasa mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunannya jadi.

e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga. Orang lain, makhluk hidup lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain.

f. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Barang dan/atau jasa itu dikonsumsi sendiri oleh konsumen tersebut, tidak diperdagangkan lagi.

Dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk dan yang disebut konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Konsumen yang dimaksud dalam undang-undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir.

2. Hak Konsumen

Hak-hak konsumen mengacu pada *statement* Presiden J.F. Kennedy pada tahun 1995 dalam pidatonya mengenai *The Special Message of Protection The Consumer Interest*, ada empat hak dasar yang dimiliki oleh konsumen yaitu:¹¹

a. *The right to safety*

Yang dimaksud adalah hak untuk mendapatkan keamanan. Konsumen berhak atas keamanan atas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Barang dan/atau jasa tersebut tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi.

b. *The right to be informed*

Yang dimaksud adalah hak untuk mendapatkan informasi. Produk yang dikenalkan pada konsumen harus disertai dengan informasi yang benar.

c. *The right to choose*

Yang dimaksud adalah hak untuk memilih. Konsumen berhak menentukan pilihannya untuk sebuah produk. Konsumen tidak boleh mendapatkan tekanan dari pihak lain.

d. *The right to be heard*

¹¹ Ibid, hal.19-20

Yang dimaksud adalah hak untuk didengar. Konsumen berhak mendapatkan informasi lebih lanjut untuk sebuah produk dan jika dirugikan, pelaku usaha wajib mendengarkan keluhan konsumen. Hak untuk didengar ini berkaitan dengan hak atas informasi.

Hak konsumen menurut undang-undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:¹²

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

Hak dan kewajiban adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, maka apa yang menjadi hak dari satu pihak merupakan kewajiban dari pihak lain, begitu juga sebaliknya. Jika hak-hak konsumen tersebut disusun secara sistematis, diperoleh urutan sebagai berikut:

- a. Hak mendapat keamanan

Hak konsumen untuk mendapat keamanan ditempatkan pada kedudukan utama. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika

¹² Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 4

dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan secara jasmani atau rohani.

b. Hak mendapat informasi yang benar

Konsumen berhak mendapat informasi yang benar sehingga konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

c. Hak untuk didengar

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapat informasi, karena informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau yang berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut. Hak ini juga dimaksudkan jika konsumen dirugikan oleh pelaku usaha, maka keluhan konsumen harus didengar.

d. Hak untuk memilih

Konsumen berhak memilih produk yang akan dikonsumsinya. Konsumen tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli.

e. Hak untuk mendapat produk barang dan/atau jasa sesuai nilai tukar yang diberikan

Adanya hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai penggantinya.

f. Hak untuk mendapat ganti kerugian

Konsumen yang merasa kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti rugi yang pantas. Jenis dan jumlah ganti rugi itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

g. Hak untuk mendapat penyelesaian hukum

Konsumen berhak menuntut pertanggungjawaban hukum dari pihak-pihak yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu.

h. Hak untuk mendapat lingkungan hidup yang baik dan sehat

Hak ini diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen, karena lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungannya.

i. Hak dilindungi dari akibat negatif persaingan curang

Persaingan usaha memang dilakukan oleh para pelaku usaha, tetapi dampak persaingannya dirasakan oleh konsumen. Jika persaingan usaha tersebut sehat tidak akan menjadi masalah bagi konsumen, tetapi jika persaingannya curang, maka akan merugikan konsumen.

j. Hak untuk mendapat pendidikan konsumen

Pendidikan konsumen tidak selalu harus melalui pendidikan formal, tetapi dapat dilakukan melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat. Pendidikan konsumen ini penting untuk menyadarkan konsumen akan hak-haknya, kesadaran tersebut pasti dibarengi oleh kesadaran hukum. Makin tinggi tingkat kesadarannya, makin tinggi pula penghormatan pada hak-haknya dan orang lain.

3. Kewajiban Konsumen

Konsumen tidak hanya mempunyai hak tetapi juga mempunyai kewajiban. Kewajiban konsumen menurut undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu:¹³

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

B. Kajian Mengenai Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia, baik sendiri atau bersama-sama melalui perjanjian melakukan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi.¹⁴

Pelaku usaha yang dimaksud adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

2. Hak Pelaku Usaha

Sama halnya dengan konsumen, pelaku usaha juga mempunyai hak

¹³ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 5

¹⁴ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 3

yang harus diperhatikan oleh konsumen. Hak Pelaku Usaha menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah:¹⁵

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

3. Kewajiban Pelaku Usaha

Selain mempunyai hak, tentu saja pelaku usaha mempunyai kewajiban.

Kewajiban pelaku usaha ini merupakan hak bagi konsumen. Kewajiban Pelaku usaha menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah:¹⁶

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

C. Kajian Mengenai Perlindungan Hukum

¹⁵ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 6

¹⁶ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 7

Konsep awal perlindungan hukum sangat terkait dengan pemerintah dan tindak pemerintahan sebagai titik sentralnya, sehingga lahirnya konsep ini dari perkembangan hukum administrasi negara-negara barat.

Dengan ”tindakan pemerintahan” sebagai titik sentral, dibedakan dua macam perlindungan hukum, yaitu :¹⁷

1. Perlindungan Hukum yang Preventif

Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan (*inspraak*) atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan secara khusus mengenai sarana perlindungan hukum preventif.

2. Perlindungan hukum yang represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Peradilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini.

Prinsip perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-

¹⁷ Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, hal. 3-5

hak asasi manusia, karena menurut sejarahnya di barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban pada masyarakat dan pemerintah.

Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan sebagai tujuan dari pada negara hukum.

D. Kajian Mengenai Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen menurut undang-undang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.¹⁸

2. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas, yaitu:¹⁹

a. Asas manfaat

¹⁸ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 1

¹⁹ Penjelasan pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas keadilan

Partisipasi rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas keseimbangan

Memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

e. Asas kepastian hukum

Agar pelaku usaha dan konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen tentu saja memiliki tujuan yang mengedepankan kepentingan konsumen. Tujuan perlindungan konsumen menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah untuk:²⁰

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

²⁰ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 3

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

E. Kajian Mengenai Penyelesaian Sengketa

1. Pengertian Penyelesaian Sengketa

Saat ini terdapat berbagai pilihan penyelesaian konflik atau sengketa, sesuai dengan tingkat kepentingan dan pemenuhan dasarnya dalam memandang sengketa itu sendiri. Konflik atau sengketa terjadi pada waktu dua pihak atau lebih menganggap adanya perbedaan “posisi” yang tidak selaras, tidak cukup sumber dan atau tindakan salah satu pihak menghalangi, mencampuri, atau cara lain untuk membuat tujuan pihak lain kurang sukses.²¹

Sengketa dapat diselesaikan melalui mekanisme litigasi, non litigasi maupun advokasi, yang mana masing-masing mekanisme memiliki persyaratan, karakteristik, dan kekuatan berlakunya tidaklah sama satu sama lain.²²

Mekanisme litigasi biasanya dipilih apabila para pihak sudah tidak lagi memiliki itikad baik untuk berdamai atau memusyawarahkan kasusnya.

²¹ Duane Ruth Heffebower, 2000, *Pemberdayaan untuk Rekonsiliasi (Edisi Kedua: direvisi dan diperluas)*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press, hal 13.

²² Rachmad Safa'at, 2006, *Advokasi dan Pilihan Penyelesaian Sengketa (Latar Belakang, Konsep, dan Implementasinya)*, Malang: Agritek Yayasan Pembangunan Nasional. hal 33.

Umumnya dipakai untuk kasus kepastian hukum dan hak karena keputusan yang dihasilkan bersifat memaksa.

Non litigasi dipilih apabila terdapat kepentingan para pihak yang harus dilindungi dihadapan publik, sifatnya perdata dan terdapat keinginan yang kuat dari masing–masing pihak untuk berdamai dan memusyawarahkan kasusnya.²³ Mekanisme advokasi digunakan untuk mengatasi sengketa yang memiliki dampak dan dimensi yang sangat luas sehingga dapat berpengaruh terhadap kelangsungan ekonomi, sosial, budaya, politik dan keamanan masyarakat.

Jalur litigasi (pengadilan) bukan merupakan satu-satunya jalan untuk menyelesaikan suatu sengketa. Penyelesaian melalui pengadilan sangat berbelit, lama dan mahal. Jalur non litigasi (di luar pengadilan) merupakan pilihan yang tepat, dengan harapan jalur ini dapat menyelesaikan sengketa dengan biaya yang relatif murah, dan cepat.

2. Model Alternatif Penyelesaian Sengketa

a. Mediasi

Karakteristik mediasi sebagai model alternatif penyelesaian sengketa yaitu :

- 1) Mediasi merupakan penyelesaian sengketa bersifat sukarela;
- 2) Terdapat intervensi/ bantuan pihak ketiga netral yang tidak berpihak;
- 3) Pengambilan keputusan diserahkan oleh para pihak secara konsensus;
- 4) Proses pengambilan keputusan dilakukan secara partisipatif.

Mediasi dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

²³ Ibid, hal. 34

1) Tahap Pembentukan forum

Pada tahap ini mediator bertugas membentuk forum dengan memperkenalkan diri, menjelaskan tugas dan wewenangnya serta aturan dan proses mediasi;

2) Tahap Saling mengumpulkan dan membagi informasi

Para pihak menjelaskan fakta dan posisi menurut versinya masing-masing.

3) Tahap Tawar-menawar pemecahan masalah

Mediator membuat perumusan mengenai inti permasalahan dan para pihak bernegosiasi untuk mendapatkan penyelesaian alternatif.

4) Tahap Pengambilan keputusan

Pada tahap ini para pihak saling bertoleransi dan akhirnya dicapai kesepakatan mengenai penyelesaian sengketa.

b. Advokasi

Advokasi merupakan upaya untuk memperbaiki atau merubah suatu kebijakan publik sesuai dengan kehendak atau kepentingan mereka yang mendesakkan terjadinya perbaikan atau perubahan tersebut.²⁴ Advokasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Protes dan Persuasi, dapat melalui tindakan simbolik, drama teatrikal, atau perkabungan;

2) Pembangkangan sosial, dapat melalui pengunduran diri dari sistem sosial;

3) Perlawanan Ekonomis (Boikot);

²⁴ Ibid, hal 42.

- 4) Perlawanan Ekonomis (Mogok);
- 5) Perlawanan Politik
- 6) Perlawanan tanpa kekerasan

F. Kajian Mengenai Yayasan

1. Pengertian Yayasan

Yayasan adalah badan hukum yang terdiri atas kekayaan yang dipisahkan dan diperuntukkan untuk mencapai tujuan tertentu di bidang sosial, keagamaan, dan kemanusiaan, yang tidak mempunyai anggota.²⁵

Pendirian yayasan dilakukan dengan akta notaris dan memperoleh status badan hukum setelah akta pendirian tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia.

2. Organ Yayasan

Yayasan mempunyai organ yang terdiri atas Pembina, Pengurus, dan Pengawas. Organ yayasan ini bekerja dengan sukarela karena yayasan bersifat sosial, keagamaan, dan kemanusiaan. Sehingga organ yayasan tidak menerima gaji, upah, atau honor tetap.²⁶

3. Tugas dan Wewenang Organ

Masing-masing organ memiliki tugas dan wewenang masing-masing. Tugas dan wewenang tersebut dipisahkan secara tegas oleh undang-undang, dimaksudkan untuk menghindari kemungkinan adanya konflik intern yayasan yang akibatnya tidak hanya merugikan yayasan tetapi juga pihak lain. Tugas dan wewenang masing-masing organ tersebut adalah:

²⁵ Undang-undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 1 angka 1

²⁶ Undang-undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 2

a. Pembina

Pembina mempunyai kewenangan:²⁷

- 1) keputusan mengenai perubahan Anggaran Dasar;
- 2) pengangkatan dan pemberhentian anggota Pengurus dan Pengawas;
- 3) penetapan kebijakan umum yayasan berdasar Anggaran Dasar;
- 4) pengesahan program kerja dan rancangan anggaran tahunan yayasan;
- 5) penetapan keputusan mengenai penggabungan atau pembubaran yayasan.

b. Pengurus

Pengurus mempunyai tugas melaksanakan kegiatan yayasan.²⁸

Pengelolaan kekayaan dan pelaksanaan kegiatan yayasan dilakukan sepenuhnya oleh Pengurus. Pengurus wajib membuat laporan tahunan yang disampaikan pada Pembina mengenai keadaan keuangan dan perkembangan kegiatan yayasan.

Sekurang-kurangnya Pengurus yaitu seorang ketua, sekretaris, dan bendahara.²⁹

c. Pengawas

Pengawas mempunyai tugas melakukan pengawasan dan memberi nasihat pada pengurus dalam melaksanakan kegiatan yayasan.³⁰

4. Kekayaan Yayasan

²⁷ Undang-undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 28 ayat (2)

²⁸ Undang- undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 31 ayat (1)

²⁹ Undang-undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 32 ayat (3)

³⁰ Undang-undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 40

Kekayaan yayasan berasal dari sejumlah kekayaan yang dipisahkan dalam bentuk uang atau barang. Selain kekayaan tersebut, kekayaan yayasan juga dapat diperoleh dari:³¹

- a. sumbangan atau bantuan yang tidak mengikat;
- b. wakaf;
- c. hibah;
- d. hibah wasiat;
- e. perolehan lain yang tidak bertentangan dengan Anggaran Dasar yayasan dan undang-undang.

G. Yayasan Lembaga Konsumen dan Perlindungan Hak-hak Konsumen

1. Peran Yayasan Lembaga Konsumen

Yayasan Lembaga Konsumen merupakan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Dalam upaya meningkatkan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pemerintah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Peran aktif masyarakat dalam mewujudkan perlindungan konsumen dapat dilakukan melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) itu sendiri adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.³²

2. Landasan Hukum Berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dapat dibentuk Yayasan Lembaga Konsumen Sebagai Lembaga Perlindungan

³¹ Undang-undang Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Yayasan pasal 26

³² Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 9

Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 44 dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2001 Tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat juga Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 480/MPP/Kep/6/2002 Tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2001 Tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. terdaftar pada Pemerintah Kabupaten/Kota;
- b. bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya; dan
- c. dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang telah memenuhi persyaratan untuk bergerak di bidang perlindungan konsumen, akan memiliki Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK). Pendaftaran tersebut merupakan pencatatan, bukan perizinan. Bagi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setempat dan tidak perlu

melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.

3. Tugas Yayasan Lembaga Konsumen Sebagai LPKSM

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) meliputi kegiatan:

- a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen, dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen. Yang dimaksud dengan berbagai informasi misalnya hal-hal yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai proses produksi, standar, label, promosi dan periklanan, klausula baku, dan lain-lain. Penyebaran informasi yang dilakukan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dapat dilaksanakan melalui kegiatan : pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pelayanan informasi, dan lain-lain.

- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan.

Pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

(LPKSM) secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya.

- c. Melakukan kerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.

Pelaksanaan kerjasama Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.

- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.

Dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok.

- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Pengawasan perlindungan konsumen oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) bersama Pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Penelitian, pengujian dan/atau survei dilakukan terhadap barang dan/atau jasa

yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

H. PDAM Sebagai Lembaga Pelayanan Publik di Bidang Pemenuhan

Kebutuhan Air Bersih Masyarakat Berdasarkan Prinsip *Good Corporate Governance*

1. Perusahaan Air Minum (PAM) Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Perusahaan Air Minum (PAM) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.³³

BUMN terdiri dari Persero dan Perum, yang dimaksud Persero adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51 % (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan. Sedangkan Perum adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

2. PDAM Sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)

PDAM merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang berbentuk Perusahaan Daerah. PDAM adalah salah satu Perusahaan

³³ Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara pasal 1 angka 1

Daerah yang dimiliki Kota Malang dengan kegiatan pokok adalah melayani dan menyediakan air bersih kepada masyarakat melalui sistem perpipaan.³⁴

Perusahaan Daerah adalah semua perusahaan yang modal untuk seluruhnya atau untuk sebagian merupakan kekayaan Daerah yang dipisahkan, kecuali jika ditentukan lain dengan atau berdasarkan Undang-undang.³⁵

Sifat Perusahaan Daerah adalah:³⁶

- a. Memberi jasa
- b. Menyelenggarakan kemanfaatan umum
- c. Memupuk pendapatan

3. Pengertian *Good Corporate Governance*

PDAM sebagai lembaga pelayanan publik di bidang pemenuhan kebutuhan air bersih masyarakat yang berbentuk Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Untuk lebih meningkatkan kinerja BUMD, perlu dioptimalkan prinsip *Good Corporate Governance*.

Corporate Governance adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan

³⁴ *Sekilas PDAM Kota Malang*, 2006, www.pdam.pemkot-malang.go.id, diakses tanggal 21 April 2007

³⁵ Undang-undang Nomor 5 Tahun 1962 Tentang Perusahaan Daerah pasal 2

³⁶ Undang-undang Nomor 5 Tahun 1962 Tentang Perusahaan Daerah pasal 5

kepentingan *stakeholder* (pihak yang memiliki kepentingan) lainnya, berdasarkan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika³⁷.

Kemudian *Good Corporate Governance* ini didefinisikan sebagai suatu pola hubungan, sistem dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (Direksi, Dewan Komisaris dan RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku.

Berdasarkan pengertian *Good Corporate Governance* tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* merupakan :

- a. Suatu struktur yang mengatur pola hubungan harmonis tentang peran dewan komisaris, direksi, RUPS dan para *stakeholder* lainnya.
- b. Suatu sistem *check and balance* mencakup perimbangan kewenangan atas pengendalian perusahaan yang dapat membatasi munculnya dua peluang : pengelolaan yang salah dan penyalahgunaan aset perusahaan.
- c. Suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaian dan pengukuran kinerjanya.

Good Corporate Governance sangat penting untuk membentuk perilaku korporasi, termasuk respon perusahaan terhadap berbagai tekanan pasar, investasi baru dan peluang untuk tumbuh dalam pasar yang sangat dinamis. *Good Corporate Governance* merupakan sistem yang harus menjamin terpenuhinya kewajiban perusahaan kepada seluruh *stakeholder* dan harus mampu bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan.

³⁷ Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktik Good Corporate Governance pada BUMN pasal 1

Buruknya hubungan perusahaan dan *stakeholder* dapat menimbulkan hambatan dan gangguan pada jalannya operasi perusahaan. Kunci tercapainya *Good Corporate Governance* dalam perusahaan adalah berfungsinya secara efektif organ-organ perusahaan yang terjamin kualitas dan integritasnya sehingga dapat tercapai tujuan perusahaan sekaligus memenuhi kebutuhan *stakeholder*.

4. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*

Di dalam pasal 3 Keputusan Menteri No. KEP-117/M-MBU/2002 tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* dalam BUMN dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut³⁸ :

- a. **Transparansi**, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiel dan relevan mengenai perusahaan. Dalam transparansi ini sendiri, perusahaan harus menyediakan informasi yang cukup, akurat dan tepat waktu kepada berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut. Setiap perusahaan, diharapkan pula dapat mempublikasikan informasi keuangan serta informasi lainnya yang material dan berdampak signifikan pada kinerja perusahaan secara akurat dan tepat waktu. Selain itu, para investor harus dapat mengakses informasi penting perusahaan secara mudah pada saat diperlukan.
- b. **Kemandirian**, yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang

³⁸ Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktik Good Corporate Governance pada BUMN pasal 3

berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Independensi atau kemandirian bagi para anggota direksi mewujud dalam keputusan-keputusan transaksi yang seharusnya tidak mengandung benturan kepentingan dan atau tidak mengambil keuntungan pribadi dari kegiatan perusahaan yang dikelolanya selain dan gaji dan fasilitas sebagai anggota direksi, yang ditentukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Untuk meningkatkan independensi dalam pengambilan keputusan bisnis, perusahaan hendaknya mengembangkan beberapa aturan. Pedoman dan praktek di tingkat *Corporate board* terutama di tingkat Dewan Komisaris dan Direksi yang oleh Undang-undang didaulat untuk mengurus perusahaan dengan sebaik-bainya.

- c. **Akuntabilitas**, yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan tanggung jawab organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif. Bentuk implementasi dari prinsip akuntabilitas antara lain adalah kejelasan fungsi, hak, kewajiban, wewenang dan tanggung jawab dalam anggaran dasar perusahaan dan *statetement of corporate intent* (target pencapaian perusahaan di masa depan). Bila prinsip akuntabilitas ini diterapkan secara efektif, maka ada kejelasan fungsi, hak, kewajiban, wewenang dan tanggung jawab antara pemegang saham, dewan komisaris serta direksi. Dengan adanya kejelasan inilah maka perusahaan akan terhindar dari benturan kepentingan peran.
- d. **Pertanggungjawaban**, yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat. Peraturan yang berlaku disini termasuk yang berkaitan

dengan masalah pajak, hubungan industrial, perlindungan lingkungan hidup, kesehatan/keselamatan kerja, standar penggajian dan persaingan yang sehat.

- e. **Kewajaran (*Fairness*)**, yaitu keadilan dan kesetaraan didalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul yang berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kewajaran juga mencakup adanya kejelasan hak-hak pemodal, sistem hukum dan penegakan peraturan untuk melindungi hak-hak investor dari berbagai bentuk kecurangan, yang bisa berupa *insider trading* (transaksi yang melibatkan orang dalam), Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN) atau keputusan-keputusan yang dapat merugikan seperti pembelian kembali saham yang telah dikeluarkan, penerbitan saham baru, merger, akuisisi atau pengambilalihan perusahaan lain.

Prinsip-prinsip ini diharapkan menjadi titik tujuan bagi pemerintah dalam membangun framework bagi penerapan *Good Corporate Governance*. Prinsip-prinsip ini dipandang dapat menentukan keberhasilan bagi berbagai upaya perbaikan dan berpengaruh terhadap kelanjutan kinerja BUMN. Setiap BUMN diwajibkan untuk menerapkan *Good Corporate Governance* secara baik, konsisten dan atau menjadikannya sebagai landasan operasionalnya. Hal ini bukanlah sebuah pekerjaan mudah karena nilai yang dianut organisasi merupakan hasil perjalanan panjang yang mungkin saja dalam prosesnya membutuhkan banyak pengorbanan, sehingga membutuhkan suatu langkah strategis dalam membangun tatanan nilai baru yang artinya juga membangun budaya baru yang lebih sesuai dengan kerangka *Good Corporate Governance*.

5. Tujuan *Good Corporate Governance*

Berdasarkan pasal 4 Keputusan Menteri No. KEP-117/M-MBU/2002 tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* dalam BUMN, penerapan *Good Corporate Governance* bertujuan untuk :³⁹

- a. Memaksimalkan nilai BUMN dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggung jawab dan adil agar perusahaan memiliki daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional.
- b. Mendorong pengelolaan BUMN secara professional, transparan dan efisien serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian organ.
- c. Mendorong agar organ dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial BUMN terhadap stakeholder maupun kelestarian lingkungan disekitar BUMN.
- d. Meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional.
- e. Meningkatkan investasi nasional.
- f. Mensukseskan program privatisasi.

Pelaksanaan *Good Corporate Governance* dilingkungan BUMN bermanfaat untuk :

³⁹ Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* pada BUMN pasal 4

- a. Meningkatkan kepercayaan investor, yaitu meningkatkan kepercayaan investor akan mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah, terutama pada saat ini budget pemerintah sangat terbatas;
- b. Meningkatkan nilai perusahaan, sehingga BUMN dapat membantu penerimaan pemerintah melalui BUMN;
- c. Meningkatkan kinerja dan efisiensi perusahaan melalui tercapainya proses pengambilan keputusan yang lebih baik; dan
- d. Meningkatkan kualitas pelayanan BUMN kepada para *stakeholder*.

I. Kajian Mengenai Tarif PDAM

1. Pengertian Tarif Air Minum

Tarif air minum PDAM adalah kebijakan harga jual air minum dalam setiap meter kubik (m³) atau satuan volume lainnya sesuai kebijakan yang ditentukan Kepala Daerah dan PDAM yang bersangkutan.⁴⁰

2. Dasar Kebijakan Penetapan Tarif

Penetapan tarif didasarkan pada prinsip:⁴¹

- a. keterjangkauan dan keadilan;
- b. mutu pelayanan;
- c. pemulihan biaya;
- d. efisiensi pemakaian air;
- e. transparansi dan akuntabilitas; dan
- f. perlindungan air baku.

Selain berdasarkan prinsip di atas, penetapan tarif juga didasarkan pada:⁴²

⁴⁰ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Pedoman Teknis Dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum pasal 1 angka 11

⁴¹ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Pedoman Teknis Dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum pasal 2

- a. Tarif untuk standar kebutuhan pokok air minum harus terjangkau oleh daya beli masyarakat pelanggan yang berpenghasilan sama dengan Upah Minimum Provinsi;
- b. Tarif memenuhi prinsip keterjangkauan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) apabila pengeluaran rumah tangga untuk memenuhi standar kebutuhan pokok air minum tidak melampaui 4% (empat perseratus) dari pendapatan masyarakat pelanggan; dan
- c. Keadilan dalam pengenaan tarif dicapai melalui penerapan tarif diferensiasi dengan subsidi silang antar kelompok pelanggan.

Selanjutnya penetapan tarif ditetapkan dengan mempertimbangkan keseimbangan dengan tingkat mutu pelayanan yang diterima oleh pelanggan.⁴³

3. Proses Perhitungan dan Penetapan Tarif

Proses perhitungan dan penetapan tarif air minum harus dilakukan dengan transparan yaitu:⁴⁴

- a. menyampaikan secara jelas informasi yang berkaitan dengan perhitungan dan penetapan tarif kepada para pemangku kepentingan;
- b. menjangkau secara bersungguh-sungguh aspirasi yang berkaitan dengan perhitungan dan penetapan tarif dari para pemangku kepentingan.

PDAM Kota Malang memberlakukan tarif baru mulai bulan Februari tahun 2007. Kenaikan tarif air minum ini mencapai 18 %, hal ini sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 27 Tahun 2006 Tentang Penetapan Tarif Air Minum dan Biaya Langganan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang.

⁴² Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Pedoman Teknis Dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum pasal 3

⁴³ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Pedoman Teknis Dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum pasal 4

⁴⁴ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Pedoman Teknis Dan Tata Cara Pengaturan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air Minum pasal 7

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan **yuridis sosiologis**. Pendekatan yuridis dimaksudkan untuk mengkaji hambatan yang dihadapi oleh Yayasan Lembaga Konsumen di Malang dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM dengan memperhatikan undang-undang yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen yaitu Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen khususnya pasal 44 yang membahas tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) serta Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Sedangkan pendekatan sosiologis dimaksudkan untuk memahami korelasi sosial yang terlibat dalam konteks pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM, yang akan mengkaji dua sisi sosial antara pihak Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dengan konsumen PDAM.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM), jalan Bendungan Tangga No. 6 Malang, dan Lembaga Perlindungan

Konsumen (LPK)-Jatim, jalan Raya Wapoga No.2 Malang berdasarkan pertimbangan:

1. Pada tahun 2007 terjadi klaim pelanggan PDAM mengenai kenaikan tarif terhadap PDAM pada Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) dan Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim).
2. Sampai saat ini masalah tersebut belum terselesaikan.

C. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini meliputi pengetahuan, pengalaman, dan penjelasan dari Ketua YLKM dan Ketua LPK-Jatim mengenai hal – hal yang berhubungan dengan hambatan yang dihadapi oleh YLKM dan LPK-Jatim dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM dan upaya yang dilakukan YLKM dan LPK-Jatim untuk mengatasi hambatan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini meliputi peraturan perundang-undangan, data arsip YLKM dan LPK-Jatim, bahan-bahan dari literatur, makalah ilmiah, situs internet dan surat kabar yang terkait dengan permasalahan penelitian.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung melalui penelitian di YLKM dan LPK-Jatim.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapat dari :

- 1) Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya Malang;
- 2) Pusat Dokumentasi dan Informasi Hukum (PDIH) Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Malang;
- 3) Perpustakaan Umum dan Arsip Pemerintah Kota Malang; dan
- 4) Situs internet

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu:

1. Data Primer

Untuk mendapatkan data primer menggunakan:

a. Teknik Wawancara

Untuk data primer dikumpulkan dengan jalan interview atau wawancara kepada pengurus YLKM dan LPK-Jatim. Jenis interview yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah interview bebas terpimpin, yaitu interview dengan cara mempersiapkan terlebih dahulu pertanyaan sebagai pedoman awal, tetapi akan sangat dimungkinkan adanya variasi

pertanyaan dilapangan yang disesuaikan dengan situasi ketika pelaksanaan interview.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari serta menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data dengan jalan mencatat atau menggandakan arsip YLKM dan LPK-Jatim yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, studi kepustakaan dan peraturan perundang-undangan serta melakukan akses internet selanjutnya dengan menganalisis permasalahan berdasarkan teori-teori yang terdapat di buku pedoman.

E. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pengurus YLKM dan LPK-Jatim serta konsumen pengguna jasa PDAM yang melakukan pengaduan pada Yayasan Lembaga Konsumen di Malang mengenai kenaikan tarif PDAM. Populasi dalam penelitian ini didasarkan pada *purposive sampling*, sampel dilakukan dengan cara mengambil subyek didasarkan pada tujuan tertentu. Penelitian ini mengambil sampel dengan asumsi mengetahui permasalahan yang dikaji, meliputi:

- a. Ketua YLKM;
- b. Pimpinan Pusat LPK-Jatim;
- c. 1 (satu) anggota pengurus YLKM, yaitu Bagian Advokasi;

- d. 2 (dua) anggota pengurus LPK-Jatim, yaitu Sekretaris dan Bagian Media & Komunikasi; dan
- e. 3 (tiga) konsumen PDAM yang melakukan pengaduan ke YLKM mengenai kenaikan tarif PDAM.

F. Teknik Analisis Data

Data-data yang diperoleh dari penelitian akan dianalisis dengan menggunakan dua metode yaitu :

- a. Data-data primer yang diperoleh dari penelitian akan dianalisis dengan menggunakan metode *deskriptif kualitatif*, mendeskripsikan yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan perilaku yang nyata, diteliti dan dipelajari secara utuh dan mendalam mengenai permasalahan yang dikaji kemudian mendasarkan pada teori yang ada dalam kepustakaan dan peraturan perundang-undangan sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.
- b. Data-data sekunder yang diperoleh dari bahan kepustakaan akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), menganalisis konsep hukum yang diperoleh dari bahan hukum, serta menjabarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan kenyataan-kenyataan yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji, kemudian digambarkan secara rinci dan dianalisis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

G. Definisi Operasional

- a. Hambatan adalah sesuatu yang membuat terhalang atau tidak lancar.⁴⁵
- b. Konsumen dalam pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.
- c. Pelaku usaha dalam pasal 1 angka 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Indonesia, baik sendiri atau bersama-sama melalui perjanjian melakukan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi.
- d. Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki subyek hukum dalam negara berdasarkan ketentuan hukum.⁴⁶
- e. Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka 1 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.
- f. Yayasan Lembaga Konsumen dalam pasal 1 angka 9 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

⁴⁵ Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1999, *Kamus Besar bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, hal.337

⁴⁶ Philipus M. Hadjon, Loc.cit

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Mengenai Lokasi Penelitian

1. Profil Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)

Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yaitu lembaga non pemerintah dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Peraturan Pemerintah tersebut untuk melaksanakan pasal 44 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. YLKM yang berada di Jalan Bendungan Tangga No. 6 Malang ini berdiri pada tanggal 2 Mei 1999 dengan status Yayasan.⁴⁷ Setiap LPKSM harus didaftarkan pada pemerintah untuk mendapatkan pengakuan. Hal ini diatur oleh Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2002 Tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Keputusan Menteri tersebut untuk melaksanakan pasal 2 dan pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Menteri Perindustrian dan Perdagangan akan melimpahkan wewenangnya pada Walikota dan Bupati untuk menerbitkan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK). Walikota Malang menerbitkan TDLPK untuk YLKM pada tanggal 6 April 2002 dengan nomor

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 3 Mei 2007

059/417/420.308/2002.⁴⁸ YLKM tentu saja mempunyai kegiatan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dengan kekhususan di bidang:⁴⁹

- a. kesehatan;
- b. asuransi;
- c. perbankan;
- d. makanan;
- e. minuman;
- f. kelistrikan;
- g. telkom;
- h. PDAM; dan
- i. angkutan umum.

YLKM mempunyai wilayah kerja seluruh Indonesia, seperti yang tercantum pada pasal 2 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) bahwa LPKSM yang memenuhi syarat dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Memenuhi syarat maksudnya adalah LPKSM tersebut sudah terdaftar pada pemerintah Kabupaten/Kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen. Status dari YLKM adalah yayasan sehingga YLKM tidak mempunyai anggota, orang-orang yang bekerja di YLKM disebut dengan pengurus. Karena tidak mempunyai anggota, maka tidak ada yang disebut iuran wajib atau iuran keanggotaan.

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 3 Mei 2007

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 3 Mei 2007

Pengurus YLKM berjumlah 20 (dua puluh) orang. Keduapuluh orang ini terdiri dari komponen perguruan tinggi dan non perguruan tinggi yang mempunyai perhatian terhadap perlindungan konsumen. Syarat penting menjadi pengurus YLKM adalah:⁵⁰

- a. harus mempunyai kepedulian yang tinggi pada masalah perlindungan konsumen; dan
- b. harus mempunyai komitmen yang tinggi.

Maksud dari syarat yang kedua adalah pengurus YLKM harus mempunyai komitmen yang tinggi yang harus dibuktikan dari waktu, tenaga, dan pikiran.

Untuk menjadi pengurus YLKM tidak ada persyaratan khusus, misalnya:

- a. pengurus YLKM dibatasi umur tertentu; atau
- b. pengurus YLKM harus berlatar belakang pendidikan tertentu.

Sehingga semua orang boleh menjadi bergabung untuk menjadi pengurus YLKM, asalkan memenuhi persyaratan penting di atas.

Salah satu tugas YLKM sebagai LPKSM adalah menyebarkan informasi meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Selama ini tugas tersebut dilakukan YLKM dengan cara sosialisai baik mengenai keberadaan dan fungsi YLKM maupun mengenai keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen itu sendiri. Sosialisasi tersebut dilakukan YLKM melalui berbagai media termasuk televisi dan radio. Sasaran sosialisasi tersebut adalah mahasiswa, kalangan akademisi, praktisi dan ibu-ibu rumah tangga.

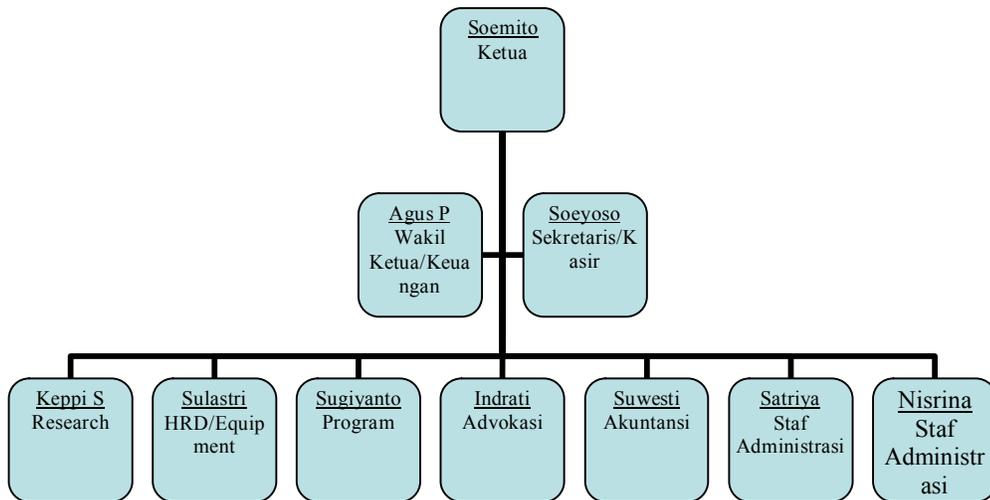
⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 3 Mei 2007

Keanggotaan YLKM digambarkan dalam bagan struktur organisasi berikut:

Bagan 1

Struktur Organisasi

Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)



Sumber: Data Sekunder, diolah, 2007

Keterangan:⁵¹

1. Ketua

Tugas Ketua adalah:

- a. Bertanggung jawab atas semua kegiatan YLKM;
- b. Memimpin dan mengontrol jalannya pelaksanaan kegiatan YLKM;
- c. Membagi tugas pada pengurus yang lain sesuai bagian masing-masing;
- d. Memanggil para pihak (pelaku usaha dan konsumen yang bersengketa); dan
- e. Memanggil saksi jika perlu.

2. Wakil Ketua/Keuangan

Maksud dari struktur organisasi di atas adalah Wakil Ketua YLKM merangkap sebagai bagian keuangan. Tugas Wakil Ketua adalah:

- a. Membantu semua tugas ketua;
- b. Mewakili ketua jika ketua berhalangan hadir serta melaksanakan tugas lain sesuai perintah ketua;
- c. Secara aktif mendamaikan konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
- d. Secara aktif memberikan saran atau anjuran penyelesaian sengketa; dan
- e. Mengatur keuangan YLKM bekerja sama dengan kasir.

3. Sekretaris/Kasir

Maksud dari struktur organisasi di atas adalah Sekretaris YLKM merangkap sebagai kasir. Tugas Sekretaris adalah:

- a. Mencatat semua pengaduan yang masuk;
- b. Mendata konsumen;

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 3 Mei 2007

- c. Mencatat semua program atau semua hal yang penting untuk kegiatan YLKM;
- d. Mengurusi masalah surat menyurat, misalnya: surat undangan bagi para pihak untuk datang ke YLKM baik pihak pelaku usaha maupun konsumen, surat somasi, dan sebagainya; dan
- e. Mengatur pemasukan dan pengeluaran dana YLKM bekerja sama dengan bagian keuangan.

4. Research

Maksud dari Research disini adalah bagian penelitian. Tugas bagian penelitian adalah:

Meneliti di lapangan jika ada pengaduan yang masuk, misalnya:

- a. meneliti apakah benar pelaku usaha melakukan kecurangan seperti yang diadukan konsumen;
- b. meneliti suatu produk apakah sudah memenuhi atau sesuai dengan persyaratan dan ketentuan undang-undang.

5. HRD/Equipment

HRD singkatan dari Human Resources Department. Maksud dari struktur organisasi di atas bagian HRD juga merangkap bagian equipment atau perlengkapan. Tugas bagian HRD adalah:

- a. Mendata pengurus YLKM;
- b. Mengurus segala sesuatunya jika ada pengurus baru yang akan bergabung dengan YLKM; dan
- c. Menyiapkan perlengkapan yang diperlukan dalam kegiatan YLKM.

6. Program

Tugas bagian program adalah:

- a. Membuat daftar apa saja yang menjadi kegiatan YLKM; dan
- b. Mengatur jadwal YLKM, misalnya: jadwal bertemu pelaku usaha, jadwal advokasi atau jadwal sosialisasi.

7. Advokasi

Tugas bagian advokasi adalah:

Mengadvokasi atau menyelesaikan sengketa di antara para pihak dengan cara mediasi, konsiliasi dan arbitrase.

8. Akuntansi

Tugas bagian akuntansi adalah:

Mengurus pengaduan yang ada hubungannya dengan keuangan.

9. Staf administrasi

Tugas staf administrasi adalah:

Melaksanakan ketatausahaan dan urusan administrasi perkantoran serta kearsipan di YLKM.

Tabel 1

Susunan Keanggotaan

Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)

| No. | Nama | Jabatan | Keterangan |
|------------|--------------------------|----------------------|-------------------|
| 1. | Soemito | Ketua | Full Timer |
| 2. | Agus Priyono, S.E. | Wakil Ketua/Keuangan | Part Timer |
| 3. | Soeyoso | Sekretaris/Kasir | Full Timer |
| 4. | Dr.Ir.Keppi Sukesi, M.Si | Research | Part Timer |
| 5. | Sulastri | HRD/Equipment | Part Timer |
| 6. | Sugiyanto | Program | Part Timer |
| 7. | Indrati, S.H., M.S. | Advokasi | Part Timer |
| 8. | Suwesti, S.E. | Akuntansi | Full Timer |
| 9. | Satriya | Staf Administrasi | Full Timer |
| 10. | Nisrina | Staf Administrasi | Full Timer |

Sumber: Data Sekunder, diolah, 2007

Tabel di atas menunjukkan susunan keanggotaan YLKM berdasarkan waktu kerjanya. Yang dimaksud dengan *Full Timer* adalah bekerja penuh untuk YLKM, sedangkan *Part Timer* adalah tidak bekerja penuh untuk YLKM. Di YLKM tidak semua pengurus bekerja penuh untuk YLKM karena mempunyai kesibukan lain. Dapat dilihat dari tabel di atas hanya beberapa orang saja dari pengurus yang bekerja penuh untuk YLKM, yaitu Ketua, Sekretaris/Kasir, Bagian Akuntansi dan Staf Administrasi.

2. Profil Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim)

Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur atau yang dikenal dengan LPK-Jatim ini merupakan salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang berada di Malang. LPK-Jatim ini juga merupakan lembaga non pemerintah yang dibentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Peraturan Pemerintah tersebut untuk melaksanakan pasal 44 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. LPK-Jatim yang berada di daerah Bunul-Malang ini berdiri pada tahun 2006 dengan status Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).⁵² Setiap LPKSM harus didaftarkan pada pemerintah untuk mendapatkan pengakuan. Hal ini diatur oleh Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2002 Tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Keputusan Menteri tersebut untuk melaksanakan pasal 2 dan pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Menteri Perindustrian dan Perdagangan akan melimpahkan wewenangnya pada Walikota dan Bupati untuk menerbitkan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK). Walikota Malang menerbitkan TDLPK untuk LPK-Jatim pada tanggal 27 Juni 2006 dengan nomor 571/17/35.73.311/2006.⁵³ LPK-Jatim tentu saja mempunyai kegiatan

⁵² Hasil Wawancara dengan Bapak Nanang Nelson, Pimpinan Pusat LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007

⁵³ Hasil Wawancara dengan Bapak Nanang Nelson, Pimpinan Pusat LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007

yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dengan kekhususan di bidang:⁵⁴

- a. perbankan;
- b. *finance*(lembaga pembiayaan);
- c. asuransi;
- d. koperasi;
- e. obat-obatan;
- f. makanan-minuman;
- g. industri; dan
- h. *debt collect* (penagih hutang).

LPK-Jatim mempunyai wilayah kerja seluruh Indonesia, seperti yang tercantum pada pasal 2 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) bahwa LPKSM yang memenuhi syarat dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia. Memenuhi syarat maksudnya adalah LPKSM tersebut sudah terdaftar pada pemerinah Kabupaten/Kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen. Kata Jatim pada LPK-Jatim menunjukkan wilayah kantor yang berada di Jawa Timur. Kantor pusat LPK-Jatim ini berada di Malang di Jalan Raya Wapoga No. 2 Malang. LPK-Jatim mempunyai kantor cabang di Kabupaten Malang dan beberapa kota di wilayah Jawa Timur, serta kantor cabang khusus, yaitu:⁵⁵

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Nanang Nelson, Pimpinan Pusat LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Heru Sukamto, Divisi Media&Komunikasi LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007

- a. Kabupaten Malang: di daerah Pakis Kembar dan Pakis
- b. Kota-kota di Jawa Timur: Surabaya, Kediri, Bojonegoro, Magetan, Blitar, Jember, dan Mojokerto.
- c. Cabang khusus: Bandara Internasional Juanda Terminal Keberangkatan Lantai 2.

Anggota LPK-Jatim terdiri dari semua komponen masyarakat yang mempunyai perhatian dan kepedulian terhadap perlindungan konsumen. Syarat penting menjadi pengurus LPK-Jatim adalah.⁵⁶

- a. harus mempunyai keberanian yang besar;
- b. harus mempunyai kepedulian yang tinggi pada masalah perlindungan konsumen;
- c. harus mempunyai komitmen yang tinggi.

Komitmen yang tinggi yang harus dibuktikan dari waktu, tenaga, dan pikiran.

Untuk menjadi pengurus LPK-Jatim tidak ada persyaratan khusus, misalnya:

- a. pengurus LPK-Jatim dibatasi umur tertentu; atau
- b. pengurus LPK-Jatim harus berlatar belakang pendidikan tertentu.

Kecuali untuk Divisi Hukum, anggota dalam divisi ini harus bertitel Sarjana Hukum. Tetapi untuk divisi lain tidak ada persyaratan khusus. Sehingga semua orang boleh bergabung untuk menjadi pengurus LPK-Jatim, asalkan memenuhi persyaratan penting di atas.

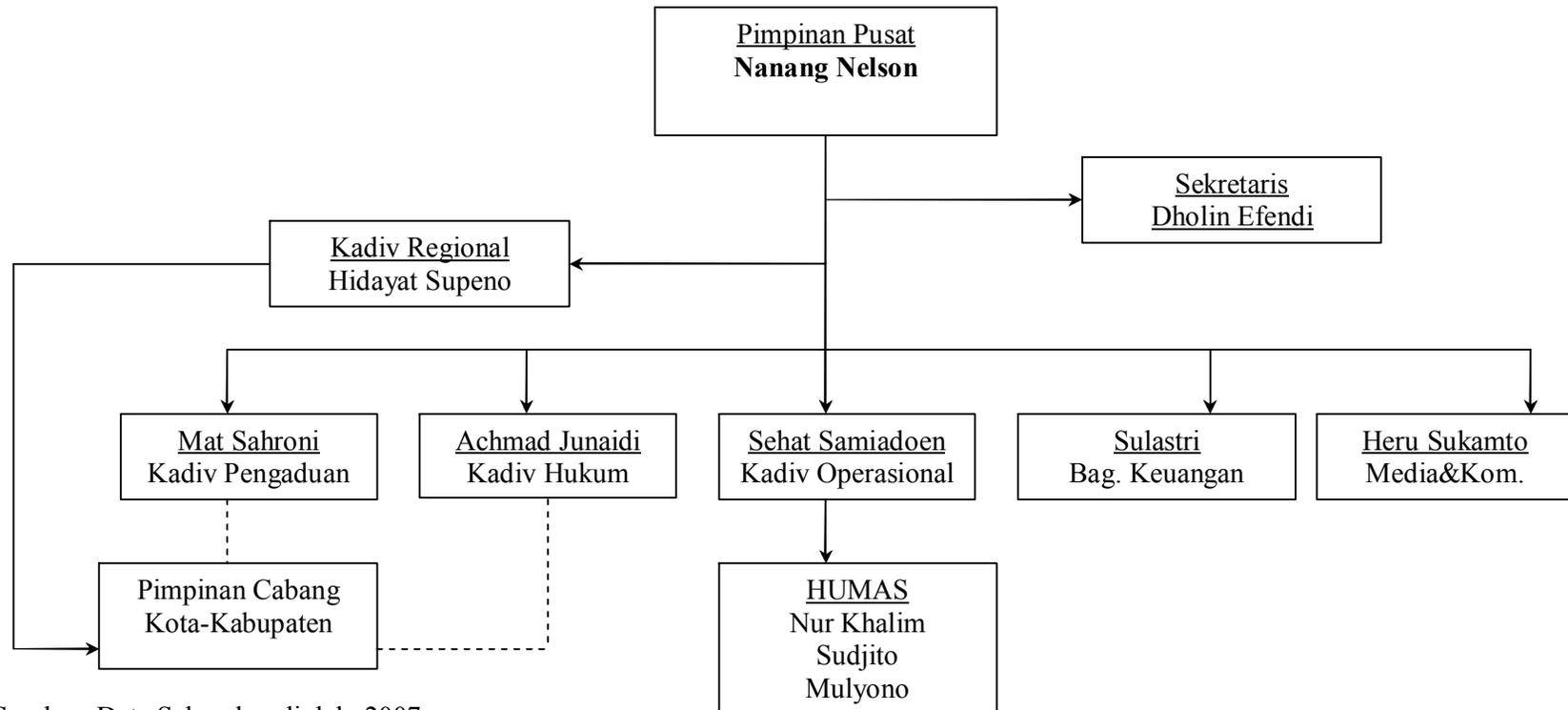
Keanggotaan Kantor Pusat LPK-Jatim digambarkan dalam bagan struktur organisasi berikut:

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Nanang Nelson, Pimpinan Pusat LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007

Bagan 2

Struktur Organisasi Kantor Pusat

Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim)



Sumber: Data Sekunder, diolah, 2007

Keterangan:⁵⁷

1. Pimpinan Pusat

Tugas Pimpinan Pusat adalah:

- a. Bertanggung jawab atas semua kegiatan LPK-Jatim;
- b. Memimpin dan mengontrol jalannya pelaksanaan kegiatan LPK-Jatim;
- c. Membagi tugas pada anggota yang lain sesuai divisinya;
- d. Memanggil para pihak (pelaku usaha dan konsumen yang bersengketa); dan
- e. Memanggil saksi jika perlu.

2. Sekretaris

Tugas Sekretaris adalah:

- a. Membantu semua tugas pimpinan pusat;
- b. Mewakili pimpinan pusat jika pimpinan pusat berhalangan hadir serta melaksanakan tugas lain sesuai perintah pimpinan pusat;
- c. Mencatat semua program atau semua hal yang penting untuk kegiatan LPK-Jatim; dan
- d. Mengurusi masalah surat menyurat, misalnya: surat undangan bagi para pihak untuk datang ke YLKM baik pihak pelaku usaha maupun konsumen, surat somasi, dan sebagainya.

3. Kepala Divisi Regional

Tugas Kepala Divisi Regional adalah:

- a. Mengontrol pengaduan yang masuk baik di kantor pusat maupun di kantor cabang; dan
- b. Mengawasi kerja kantor-kantor cabang.

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Dholin Efendi, Sekretaris LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007

4. Kepala Divisi Pengaduan

Tugas Kepala Divisi Pengaduan adalah:

- a. Menerima pengaduan yang masuk ke LPK-Jatim; dan
- b. Menyerahkan pengaduan ke tiap divisi yang sesuai.

Divisi Pengaduan masih terbagi lagi menjadi beberapa divisi sesuai kekhususan jenis kegiatan LPK-Jatim, yaitu:

1) Divisi Pengawasan Perbankan

Divisi ini dibentuk untuk pengawasan serta memberi masukan bagi konsumen tentang berbagai info, kelebihan, dan kekurangan pada perbankan.

2) Divisi Pengawasan *Finance*

Divisi ini dibentuk untuk mengawasi lembaga pembiayaan dalam praktiknya dan memberi masukan pada konsumen yang akan memakai jasanya.

3) Divisi Pengawas Asuransi

Divisi ini dibentuk untuk memberikan penjelasan pada konsumen yang akan memakai jasa asuransi.

4) Divisi Pengawasan Koperasi

Divisi ini dibentuk untuk memberi keterangan tentang jenis koperasi pada konsumen yang akan memakai jasanya.

5) Divisi Pengawasan Obat

Divisi ini dibentuk untuk menangani segala macam keluhan yang diakibatkan oleh salah pemakaian obat yang dikonsumsi oleh konsumen.

6) Divisi Pengawasan Makanan dan Minuman

Divisi ini dibentuk untuk memonitor peredaran makanan dan minuman yang telah kadaluwarsa.

7) Divisi Pengawasan Mutu Industri

Divisi ini dibentuk untuk menangani keluhan mengenai berbagai hasil produksi yang tidak sesuai dengan standar mutu.

8) Divisi Anti *Debt Collector* (Penagih hutang)

Divisi ini dibentuk untuk menangani berbagai penyimpangan yang dilakukan oleh para *debt collector*.

5. Kepala Divisi Hukum

Tugas Kepala Divisi Hukum adalah:

Mengadvokasi atau menyelesaikan sengketa di antara para pihak dengan cara mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.

Divisi Hukum bekerja sama dengan Pimpinan Cabang Kota/Kabupaten dalam menangani pengaduan yang masuk.

6. Kepala Divisi Operasional

Tugas Kepala Divisi Operasional adalah:

Memimpin penelitian di lapangan, misalnya: mencari info benar atau tidaknya pelaku usaha melakukan kecurangan seperti yang diadukan konsumen dan mencari info bahwa konsumen tidak bohong.

7. Bagian Keuangan

Tugas bagian keuangan adalah:

Mengatur pengeluaran dan pemasukan, serta urusan administrasi LPK-Jatim.

8. Media dan Komunikasi

Tugas bagian media dan komunikasi adalah:

- a. Membuat majalah tentang perlindungan konsumen dan membuat situs mengenai LPK-Jatim agar konsumen mudah mendapat informasi; dan
- b. Menyebarkan informasi melalui majalah dan situs LPK-Jatim.

9. Pimpinan Cabang Kota/Kabupaten

Tugas Pimpinan cabang Kota/Kabupaten adalah:

- a. Bertanggung jawab atas semua kegiatan LPK-Jatim di kantor cabang; dan
- b. Memimpin pelaksanaan kegiatan di kantor cabang.

Pimpinan cabang Kota/Kabupaten berkoordinasi dengan Kepala Divisi Pengaduan dan Kepala Divisi Hukum yang ada di kantor pusat LPK-Jatim.

10. Humas

Humas singkatan dari hubungan masyarakat. Tugas Bagian Humas adalah:

Menghubungkan LPK-Jatim dengan masyarakat dengan cara menyebarkan informasi mengenai LPK-Jatim, sosialisasi mengenai Undang-undang Perlindungan Konsumen.

B. Mekanisme Penyelesaian Pengaduan Konsumen Pada Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) Dan Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim)

Pada dasarnya YLKM dan LPK-Jatim bekerja berdasarkan pengaduan dari konsumen yang merasa dirugikan. Setiap konsumen yang akan mengadukan masalahnya akan melewati beberapa tahapan sampai pada penyelesaian pengaduan tersebut. Tahapan yang harus dilalui konsumen sama baik pada YLKM maupun pada LPK-Jatim. Tahapan-tahapan tersebut adalah:

1. Persyaratan Pendaftaran Pengaduan

Pada prinsipnya semua orang boleh mengadukan masalahnya pada YLKM atau LPK-Jatim, karena pada dasarnya semua orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat adalah konsumen. Konsumen yang bertempat tinggal dimanapun boleh mengadukan masalahnya pada YLKM atau LPK-Jatim, karena wilayah kerja YLKM dan LPK-Jatim adalah seluruh Indonesia. Pada YLKM dan LPK-Jatim setiap orang bebas mengadukan masalahnya, baik melalui lisan dengan datang ke kantor YLKM maupun kantor LPK-Jatim atau melalui telepon, maupun secara tertulis. Jika konsumen langsung datang ke kantor YLKM maupun LPK-Jatim, harus mengisi formulir. Setiap konsumen yang mengadu ke YLKM tidak dipungut biaya.⁵⁸ Tetapi setiap konsumen yang mengadukan masalahnya pada YLKM atau LPK-Jatim harus memenuhi persyaratan. Setiap konsumen yang mengadu harus:

- a. memberitahukan nama dan alamat lengkapnya;
- b. memberitahukan masalah apa yang diadukan dan berapa kerugian yang diderita;
- c. memberitahukan nama dan alamat lengkap pelaku usaha;
- d. memberitahukan atau mencantumkan barang/jasa yang diadukan;
- e. mencantumkan bukti pembelian;
- f. memberikan keterangan waktu, tempat diperolehnya barang/jasa tersebut;
- g. memberitahukan saksi yang mengetahui barang/jasa tersebut;

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 15 Mei 2007

h. memberitahukan tuntutan apa yang diajukan pada pelaku usaha.

2. Pemanggilan Para Pihak

Setelah pengaduan tersebut masuk dan data-data yang diperlukan sudah lengkap, Ketua YLKM atau Pimpinan Pusat LPK-Jatim akan mempelajari pengaduan tersebut dengan tujuan mengetahui masalah tersebut melanggar pasal berapa dari Undang-undang Perlindungan Konsumen. Jika memang terbukti melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen maka Ketua YLKM dan Pimpinan Pusat LPK-Jatim akan membagi tugas pada pengurus yang lain berkaitan dengan masalah yang diadukan. Ada sedikit perbedaan istilah antara YLKM dan LPK-Jatim, tahap mempelajari pengaduan untuk mengetahui masalah tersebut melanggar pasal berapa dari Undang-undang Perlindungan Konsumen ini pada LPK-Jatim disebut tahap Gelar Perkara.

Tahap selanjutnya yang harus dilalui adalah pemanggilan para pihak, yaitu pemanggilan pihak yang bersengketa, konsumen yang merasa dirugikan dan pelaku usaha yang diadukan. Pemanggilan para pihak dilakukan oleh Ketua YLKM, begitu juga dengan LPK-Jatim pemanggilan para pihak dilakukan oleh Pimpinan Pusat LPK-Jatim. Ketua YLKM dan LPK-Jatim akan mengirimkan surat undangan bagi konsumen yang mengadu dan pelaku usaha yang diadukan untuk datang ke kantor YLKM atau LPK-Jatim. Pemanggilan para pihak ini dapat dilakukan jika data-data yang menjadi persyaratan pendaftaran pengaduan telah dipenuhi oleh konsumen. Syarat pengaduan yang harus dipenuhi konsumen tersebut merupakan hal yang sangat penting untuk melakukan tahap selanjutnya.

Sehingga konsumen harus memberikan data selengkap-lengkapnyanya agar YLKM atau LPK-Jatim dapat memanggil para pihak untuk menyelesaikan pengaduan tersebut.

3. Penyelesaian Pengaduan

Setelah Ketua YLKM atau Pimpinan Pusat LPK-Jatim mengirimkan surat undangan pada para pihak yang bersengketa, yaitu pihak konsumen yang mengadukan dan pelaku usaha yang diadukan, untuk datang ke kantor YLKM atau Pimpinan Pusat LPK-Jatim dengan tanggal yang sudah ditentukan, tahap selanjutnya adalah penyelesaian pengaduan. Tentu saja penyelesaian pengaduan ini bisa dilakukan jika kedua belah pihak yang bersengketa hadir pada hari yang ditentukan oleh YLKM atau LPK-Jatim. Ada beberapa pelaku usaha yang tidak hadir pada saat diundang oleh YLKM atau LPK-Jatim, biasanya YLKM akan mengirimkan surat somasi pada pelaku usaha tersebut, begitu juga dengan LPK-Jatim. Tetapi tidak untuk semua pengaduan, YLKM memanggil para pihak yang bersengketa. Ada kalanya YLKM yang mendatangi pelaku usaha tersebut, begitu juga dengan yang dilakukan LPK-Jatim.

Proses penyelesaian pengaduan pada YLKM dan LPK-Jatim pada dasarnya sama dengan BPSK, seperti yang tercantum pada Kepmen Perindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pilihan Penyelesaian Sengketa melalui BPSK, menggunakan 3 (tiga) cara yaitu.⁵⁹

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Dholin Efendi, Sekretaris LPK-Jatim, tanggal 10 Mei 2007 dan Bapak Heru Soemarsono, Bagian Advokasi YLKM, tanggal 22 Mei 2007

a. Mediasi

Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantara YLKM atau LPK-Jatim sebagai penasihat dan penyelesaiannya diserahkan pada para pihak. Mediasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi YLKM atau LPK-Jatim yang bertindak sebagai mediator.

Tugas YLKM atau LPK-Jatim sebagai Mediator adalah:

- 1) Memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
- 2) Memanggil saksi-saksi ahli bila diperlukan;
- 3) Secara aktif mendamaikan konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa; dan
- 4) Secara aktif memberikan saran atau anjuran penyelesaian sengketa konsumen sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

b. Konsiliasi

Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantara YLKM atau LPK-Jatim untuk mempertemukan pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya diserahkan pada para pihak. Konsiliasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi YLKM atau LPK-Jatim bertindak pasif sebagai Konsiliator.

Tugas YLKM atau LPK-Jatim sebagai Konsiliator:

- 1) Memanggil konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa;
- 2) Memanggil saksi-saksi ahli bila diperlukan;

- 3) Menyediakan forum bagi konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa; dan
- 4) Menjawab pertanyaan konsumen dan pelaku usaha berkaitan dengan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

c. Arbitrase

Arbitrase adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dalam hal ini pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya pada YLKM atau LPK-Jatim. Arbitrase dilakukan sepenuhnya dan diputuskan oleh YLKM atau LPK-Jatim yang bertindak sebagai arbiter.

Selama ini YLKM maupun LPK-Jatim menggunakan cara mediasi dalam menyelesaikan pengaduan yang masuk. YLKM maupun LPK-Jatim bertindak sebagai mediator yang aktif mendamaikan konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa serta aktif memberi saran pada konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa, sedangkan penyelesaiannya diserahkan pada para pihak. Jika dengan cara mediasi tidak dapat ditemukan jalan keluarnya, maka biasanya YLKM dan LPK-Jatim akan membawa masalah tersebut ke BPSK.

4. Pengaduan yang tidak dapat diterima

Setiap konsumen yang mengadukan masalahnya harus memenuhi syarat-syarat pendaftaran pengaduan, seperti: identitas lengkap konsumen, pelaku usaha, memberitahukan barang/jasa yang menjadi obyek sengketa, bukti pembelian serta keterangan tempat dan waktu diperolehnya

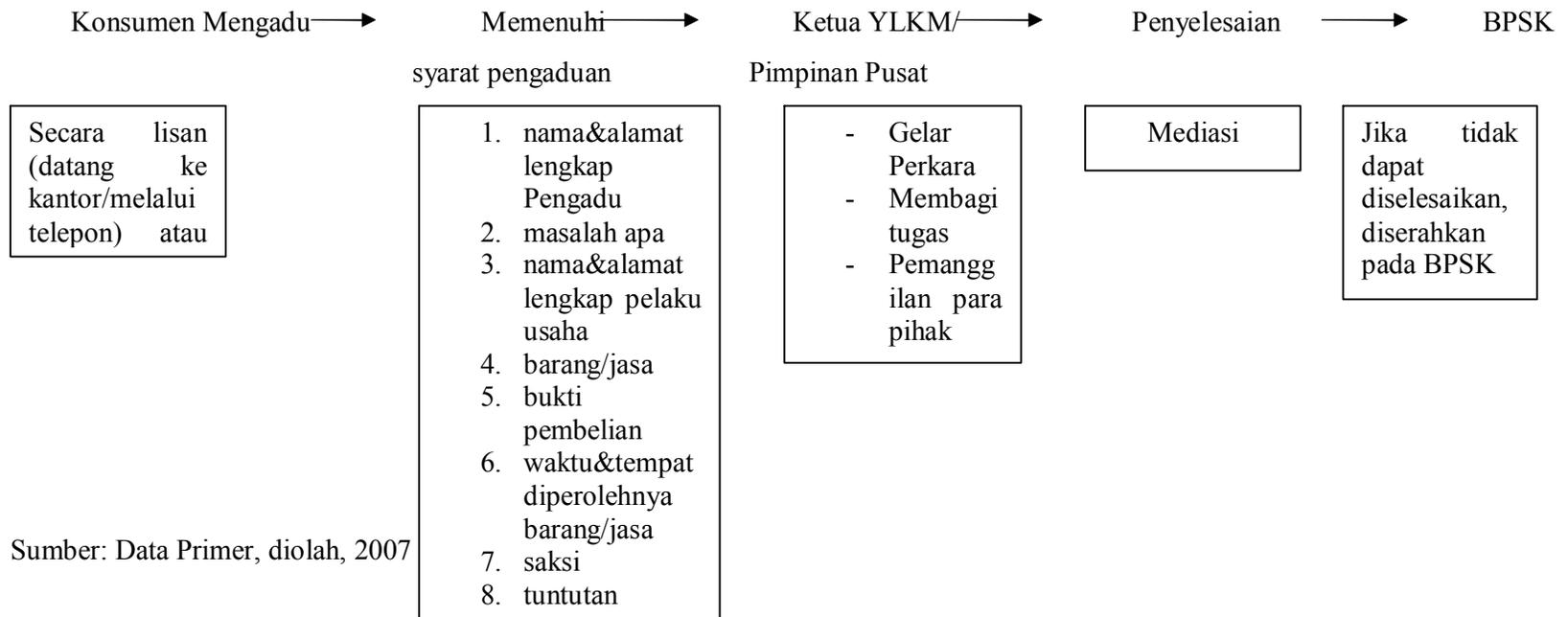
barang/jasa tersebut. Dengan kata lain suatu pengaduan harus lengkap. Prinsipnya, YLKM maupun LPK-Jatim tidak boleh menolak pengaduan yang masuk karena menerima pengaduan adalah tugas dari YLKM dan LPK-Jatim. Seperti yang dinyatakan pasal 44 huruf (d) Undang-undang Perlindungan Konsumen bahwa salah satu tugas LPKSM adalah membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen. Sehingga YLKM dan LPK-Jatim tidak akan menolak pengaduan yang masuk, hanya saja jika pengaduan tersebut tidak memenuhi syarat atau tidak lengkap, maka pengaduan tersebut akan susah diproses atau diselesaikan. Karena YLKM dan LPK-Jatim tidak boleh menuduh pihak lain dalam hal ini pelaku usaha berbuat curang sedangkan tidak ada bukti-bukti yang kuat.

5. Ganti rugi yang diminta konsumen

Para pihak yang bersengketa dapat memilih cara penyelesaian sengketa yaitu dengan melalui pengadilan atau di luar pengadilan. Seperti yang tercantum pada pasal 45 ayat (2) Undang-undang Perlindungan Konsumen. Sampai saat ini masalah yang diadukan ke YLKM dan LPK-Jatim belum ada yang dilanjutkan ke pengadilan. Biasanya para pihak yang bersengketa lebih memilih penyelesaian sengketa di luar pengadilan, karena tidak memakan waktu yang lama. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dilaksanakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagan 3

Skema Penyelesaian Pengaduan Konsumen Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) dan Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim)



C. Perkembangan Penyelesaian Pengaduan Konsumen

1. Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM)

YLKM yang berdiri sejak tahun 1999 merupakan LPKSM pertama di Kota Malang. Dapat dikatakan YLKM adalah pelopor LPKSM di Kota Malang. Memang tidak semua masyarakat Malang tahu mengenai YLKM, apalagi mengenai fungsi dari YLKM itu sendiri. Tetapi sebenarnya apresiasi masyarakat Malang pada YLKM sejak berdirinya sampai sekarang bisa dikatakan cukup, ini terbukti dengan adanya pengaduan yang masuk ke YLKM. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat mulai sadar akan hak-haknya sebagai konsumen. Selain itu juga membuktikan bahwa Undang-undang Perlindungan Konsumen sudah mulai dilaksanakan. Walaupun masih dalam skala kecil, paling tidak sudah ada arah kesana. Status YLKM yang merupakan LPKSM pertama di Kota Malang membuat YLKM lebih dikenal masyarakat Malang, walaupun ada lembaga lain yang serupa. Sebenarnya semakin banyak LPKSM semakin baik, karena kepentingan masyarakat sebagai konsumen semakin terwakili. Tetapi walaupun YLKM merupakan LPKSM pertama di Kota Malang, eksistensi YLKM masih dirasa kurang jika dilihat dari jumlah kasus yang masuk.

Rincian pengaduan yang diterima oleh YLKM tahun 2006-Mei 2007 disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2
Daftar Pengaduan Yang Masuk dan Diproses
di YLKM Tahun 2006-Mei 2007

| No. | Tahun | Masalah yang diadukan | Jumlah |
|------------|--------------|---|---------------|
| 1. | 2006 | PLN (dipadamkan) | 17 |
| 2. | 2006 | Pembelian barang (termasuk makanan dan minuman) | 14 |
| 3. | 2006 | PDAM (mati) | 10 |
| 4. | 2006 | <i>Leasing</i> (sewa beli) | 3 |
| 5. | 2007 | Pembelian barang (termasuk makanan dan minuman) | 7 |
| 6. | 2007 | PLN (dipadamkan) | 5 |
| 7. | 2007 | PDAM (kenaikan tarif) | 5 |
| 8. | 2007 | PDAM (mati) | 1 |
| 9. | 2007 | <i>Leasing</i> (sewa beli) | 1 |
| 10. | 2007 | Beras dengan pemutih | 1 |
| 11. | 2007 | Penggandaan STNK | 1 |
| | | Total | 65 |

Sumber: Data Sekunder, diolah, 2007

Pada tahun 2006 pengaduan yang masuk ke YLKM dan diproses sebanyak 44 pengaduan. Pengaduan yang masuk ke YLKM mengenai berbagai hal, untuk tahun 2006 dengan kategori PLN dipadamkan sebanyak 17 pengaduan, mengenai pembelian barang termasuk di dalamnya makanan dan minuman sebanyak 14 pengaduan, PDAM mati sebanyak 10 pengaduan, dan mengenai *leasing* (sewa beli) sebanyak 3 pengaduan. Tahun 2006, pengaduan didominasi oleh masalah PLN dipadamkan. Pada tahun 2007 dari bulan Januari sampai bulan April pengaduan yang masuk ke YLKM dan diproses sebanyak 21 pengaduan. Pengaduan yang masuk ke YLKM lebih beragam, untuk tahun 2007 dengan kategori pembelian barang termasuk di dalamnya makanan dan minuman sebanyak 7 pengaduan, mengenai PLN dipadamkan sebanyak 5 pengaduan, PDAM mati sebanyak 1 pengaduan, mengenai kenaikan tarif PDAM sebanyak 5 pengaduan, untuk *leasing* (sewa beli) 1 pengaduan, sisanya mengenai beras dengan pemutih dan penggandaan STNK masing-masing sebanyak 1 pengaduan. Sehingga total pengaduan yang masuk dan diproses pada tahun 2006 sampai bulan Mei tahun 2007 adalah 65 pengaduan. Pengaduan yang selalu ada dari tahun ke tahun adalah pengaduan mengenai PLN, baik mengenai pemadaman maupun pelayanan yang buruk.

Dari jumlah pengaduan yang masuk ke YLKM, dapat disimpulkan bahwa masyarakat mungkin tidak tahu keberadaan YLKM serta fungsinya. Hal ini disebabkan masih kurangnya sosialisasi mengenai YLKM atau Undang-undang Perlindungan Konsumen. Selain karena itu dapat juga karena konsumen tidak memberikan data yang lengkap pada saat mengadu, sehingga pengaduan tersebut tidak dapat diproses.

2. Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim)

LPK-Jatim baru didirikan pada tahun 2006, bisa dikatakan masih sangat baru. LPK-Jatim bukan merupakan LPKSM yang pertama di Kota Malang. Tetapi walaupun masih sangat baru, sudah cukup banyak pengaduan yang ditangani oleh LPK-Jatim dalam kurun waktu satu tahun ini. Meskipun pengaduan yang masuk ke LPK-Jatim belum banyak macamnya, tetapi ini merupakan sebuah awal yang baik. Pengaduan yang masuk belum banyak macamnya karena LPK-Jatim ini masih baru berdiri. Hal ini menyimpulkan bahwa masih belum banyak yang mengenal LPK-Jatim. Jika melihat pengaduan yang masuk ke LPK-Jatim, dapat diambil sisi positifnya yaitu apresiasi masyarakat terhadap LPKSM cukup besar. Ini berarti baik, karena masyarakat mulai sadar akan hak-haknya sebagai konsumen dan juga Undang-undang Perlindungan Konsumen mulai dilaksanakan. Berdirinya LPKSM merupakan langkah awal perlindungan konsumen, apalagi LPK-Jatim membuka kantor cabang di beberapa kota di Jawa Timur. Dengan begitu hak-hak konsumen terlindungi.

Rincian pengaduan yang diterima oleh LPK-Jatim tahun 2006-Mei 2007 disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3

**Daftar Pengaduan Yang Masuk dan Diproses
di LPK-Jatim Tahun 2006-Mei 2007**

| No. | Masalah yang diadukan | Jumlah |
|------------|-------------------------------------|---------------|
| 1. | <i>Finance</i> (lembaga pembiayaan) | 102 |
| 2. | Perbankan | 73 |
| 3. | Koperasi Simpan Pinjam (KSP) | 39 |
| 4. | Umum | 37 |
| 5. | Dealer | 9 |
| | Total | 260 |

Sumber: Data Sekunder, diolah, 2007

Dalam kurun waktu satu tahun sejak LPK-Jatim berdiri yaitu tahun 2006 sampai tahun 2007, pengaduan yang masuk ke LPK-Jatim dan diproses sebanyak 260 pengaduan. Jumlah tersebut cukup banyak mengingat LPK-Jatim baru berdiri. Tetapi macam pengaduannya belum banyak hanya seputar *Finance* (lembaga pembiayaan) sebanyak 102 pengaduan, mengenai perbankan sebanyak 73 pengaduan, mengenai Koperasi Simpan Pinjam (KSP) sebanyak 39 pengaduan, mengenai pengaduan umum seperti makanan atau minuman sebanyak 37 pengaduan, dan sisanya mengenai *dealer* sebanyak 9 pengaduan. Terlihat dari tabel di atas, pengaduan yang dominan adalah mengenai *finance* (lembaga pembiayaan), banyak lembaga pembiayaan yang berpraktik tidak sesuai perjanjian. Pengaduan mengenai Koperasi Simpan Pinjam (KSP) juga cukup banyak, karena di daerah Sawojajar yaitu di kantor pusat LPK-Jatim banyak terdapat Koperasi Simpan Pinjam (KSP) yang ternyata dalam praktiknya sama seperti rentenir.

Belum beragamnya pengaduan di LPK-Jatim menyimpulkan bahwa LPK-Jatim masih kurang melakukan sosialisasi mengenai keberadaannya maupun fungsinya kepada masyarakat. Serta masih kurang sosialisasi mengenai Undang-undang Perlindungan Konsumen pada masyarakat. Tetapi pengaduan yang masuk di LPK-Jatim sudah sesuai dengan kekhususan bidang perlindungan konsumen yang tercantum pada Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumennya (TDLPK), yaitu mengenai perbankan, finance (lembaga pembiayaan), asuransi, koperasi, obat-obatan, industri, debt collect (penagih hutang), makanan dan minuman.

D. Hambatan Yang Dihadapi Oleh Yayasan Lembaga Konsumen Di Malang Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM

1. Penjelasan Mengenai LPKSM di Malang Berkaitan Dengan Pengaduan Kenaikan Tarif PDAM

Kota Malang memang tidak hanya mempunyai satu LPKSM saja. Ada beberapa LPKSM di Malang antara lain Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) dan Lembaga Perlindungan Konsumen-Jawa Timur (LPK-Jatim). Seperti yang diketahui bahwa pada bulan Februari tarif PDAM naik ditambah selain tarif per meternya naik juga ditambah dengan biaya langganan yang sebelumnya tidak ada. Hal ini sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 27 Tahun 2006 Tentang Penetapan Tarif Air Minum dan Biaya Langganan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang. Walaupun di Malang terdapat lebih dari satu LPKSM, tetapi tidak semua LPKSM mendapat pengaduan mengenai kenaikan tarif PDAM. Dari beberapa LPKSM yang ada di Malang, hanya YLKM saja yang mendapat pengaduan mengenai kenaikan tarif PDAM. Di LPK-Jatim tidak terdapat pengaduan mengenai kenaikan tarif PDAM, karena memang di kekhususan bidang kegiatannya tidak menyinggung masalah PDAM. LPK-Jatim lebih fokus pada *finance* (lembaga pembiayaan) karena disana banyak sekali pengaduan mengenai kecurangan yang dilakukan lembaga pembiayaan ini. Tetapi terdapat faktor lain yang mendukung di LPK-Jatim tidak ada pengaduan mengenai kenaikan tarif PDAM, yaitu:

- a. LPK-Jatim masih terbilang baru sehingga masyarakat kota Malang lebih mengenal YLKM;

- b. Masyarakat kota Malang masih tidak tahu keberadaan lembaga semacam ini;
- c. Masyarakat kota Malang tahu keberadaan lembaga ini, tapi kurang paham fungsinya; atau
- d. Masyarakat merasa pasrah dengan kenaikan tarif PDAM karena membutuhkan air.

Kenaikan tarif PDAM ditambah dengan biaya langganan ini dirasa sangat memberatkan masyarakat. Pengaduan mengenai kenaikan tarif PDAM yang masuk pada YLKM sampai saat ini berjumlah 3 (tiga) orang yang merupakan pelanggan PDAM. Mereka mengadu hampir di saat yang bersamaan.

Data konsumen pelanggan PDAM yang mengadu ke YLKM mengenai kenaikan tarif PDAM disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4

**Data Konsumen Yang Melakukan Pengaduan Ke YLKM
Mengenai Kenaikan Tarif PDAM**

| No. | Nama | Umur | Pendidikan Terakhir | Pekerjaan | Tanggal Mengadu | Masalah |
|------------|----------------|-------------|----------------------------|------------------|------------------------|----------------|
| 1. | Bapak Mistanto | 45 tahun | Sarjana | Swasta | 13 Januari 2007 | Tarif saja |
| 2. | Bapak Budi | 38 tahun | Sarjana | Guru SMP | 17 Januari 2007 | Tarif saja |
| 3. | Bapak Hari | 40 tahun | Sarjana | PNS | 13 Februari 2007 | Tarif saja |

Sumber: Data Sekunder, diolah, 2007

Dari tabel di atas dapat dilihat konsumen yang mengadakan masalah kenaikan tarif PDAM tersebut melakukan pengaduan di saat yang hampir bersamaan. Dua dari tiga konsumen PDAM mengadakan masalah kenaikan tarif PDAM ini pada bulan Januari 2007 dan satu konsumen PDAM pada bulan Februari 2007.

1. Bapak Mistanto⁶⁰

Bapak Mistanto berumur 45 tahun, berpendidikan terakhir sarjana dan bekerja sebagai pegawai swasta ini mengadakan masalah kenaikan tarif PDAM pada tanggal 13 Januari 2007. Kenaikan tarif PDAM ini tidak didahului dengan pemberitahuan atau sosialisasi, hanya saja pada saat Bapak Mistanto membayar rekening untuk bulan Januari, ada edaran dari PDAM bahwa tarif PDAM akan naik mulai bulan Februari 2007. Edaran tersebut harus diminta terlebih dahulu oleh konsumen, jika tidak diminta maka tidak akan tahu bahwa tarif PDAM akan naik. Kenaikan tarif PDAM ini dirasa sangat memberatkan karena tidak hanya tarif per meternya saja yang naik tetapi ditambah adanya biaya langganan, padahal sebelumnya tidak ada. Pegawai di loket pembayaran pun tidak menginformasikan secara langsung kenaikan tarif PDAM ini. Bapak Mistanto mengadakan masalah ini ke YLKM hanya melalui telepon, kemudian oleh YLKM ditanya identitas, masalah apa yang diajukan, sejak bulan apa tarif PDAM naik. Bapak Mistanto hanya mengadakan masalah kenaikan tarif PDAM saja tidak mengadakan masalah pelayanan PDAM. Bapak Mistanto sebelumnya tidak pernah mengadu ke YLKM untuk masalah lain, hanya pada saat ada

⁶⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Mistanto, Konsumen PDAM yang mengadu pada YLKM, tanggal 25 Mei 2007

kenaikan tarif PDAM. Bapak Mistanto baru tahu YLKM pada saat itu dan mengetahui dari buku telepon.

2. Bapak Budi⁶¹

Bapak Budi berusia 38 tahun, berpendidikan terakhir sarjana, dan bekerja sebagai guru di sebuah SMP di Kabupaten Malang ini mengadukan masalah kenaikan tarif PDAM pada tanggal 17 Januari 2007. Kenaikan tarif PDAM yang dimulai bulan Februari 2007 ini tidak diberitahukan dulu, seharusnya ada sosialisasi pada bulan-bulan sebelumnya. PDAM hanya memberi pengumuman lewat edaran, itupun tidak diberikan langsung oleh pegawai yang ada di loket pembayaran. Edaran tersebut hanya diletakkan di meja, jika pelanggan tidak akan tahu bahwa mulai bulan Februari 2007 tarif PDAM akan naik. Naiknya tarif PDAM ini tidak tanggung-tanggung, bukan hanya tarif per meternya saja tetapi ditambah juga dengan biaya langganan, ini yang memberatkan. Bapak Budi hanya mengadukan masalah kenaikan tarif saja, tidak ada masalah dengan pelayanan. Sebelumnya tidak pernah mengadukan masalah lain ke YLKM karena baru tahu tentang YLKM sejak ada kenaikan tarif PDAM ini. Bapak Budi mengetahui YLKM dari halaman kuning buku telepon. Bapak Budi mengadukan masalah ini pada YLKM melalui telepon dengan memberitahukan identitas, masalah apa yang diadukan dan mulai kapan tarif PDAM naik.

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Budi, Konsumen PDAM yang mengadu ke YLKM, tanggal 26 Mei 2007

3. Bapak Hari⁶²

Bapak Hari berusia 40 tahun, berpendidikan terakhir sarjana, dan bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) ini mengadukan masalah kenaikan tarif PDAM pada tanggal 13 Februari 2007. Kenaikan tarif PDAM ini tidak diberitahukan terlebih dahulu oleh PDAM. Pada saat membayar rekening bulan Februari Bapak Hari kaget karena harus membayar banyak sekali, ternyata tarif per meter PDAM mulai bulan Februari 2007 dan tidak hanya itu, karena masih harus ditambah dengan biaya berlangganan yang bulan-bulan sebelumnya tidak ada. Pantas saja naiknya begitu banyak, hal ini memberatkan bagi pelanggan. Bapak Hari memang tidak tahu bahwa tarif bulan Februari naik, karena merasa tidak ada informasi sebelumnya, pegawai loket pembayaran juga tidak memberitahukan. Belakangan Bapak Hari mengetahui pada bulan Januari ada pengumuman dari PDAM mengenai kenaikan tarif ini melalui edaran. Ternyata edaran tersebut hanya diletakkan di atas meja, sehingga jika pelanggan tidak mengambil tidak akan tahu bahwa tarif PDAM akan naik. Bapak Hari hanya mengadukan masalah ini tidak mengadukan masalah pelayanan. Bapak Hari mengadukan lewat telepon dan ditanya identitas, masalah apa yang diadukan, dan sejak bulan apa tarif PDAM naik. Bapak Hari mengetahui YLKM dari buku telepon, karena setelah ada masalah kenaikan tarif PDAM ini Bapak Hari langsung mencari di buku telepon. Bapak Hari belum pernah mengadu mengenai masalah yang lain pada YLKM.

⁶² Hasil Wawancara dengan Bapak Hari, Konsumen PDAM yang mengadu ke YLKM, tanggal 27 Mei 2007

2. Cara YLKM Menyelesaikan Pengaduan Konsumen PDAM⁶³

Setelah mempelajari pengaduan-pengaduan yang masuk ke YLKM, maka YLKM mencoba melakukan negosiasi dengan pihak PDAM. Ketua YLKM datang ke kantor PDAM dan bertemu dengan Direktur Utama PDAM. Ketua YLKM menanyakan apa alasan dari dinaikkannya tarif per meter PDAM. Pihak PDAM mengatakan bahwa kenaikan tarif ini memang diperlukan untuk membiayai operasional PDAM dan pihak PDAM merasa kenaikan tersebut wajar-wajar saja. Bahkan PDAM merasa posisinya kuat karena masalah kenaikan tarif PDAM ini juga didukung oleh Walikota, terbukti dengan keluarnya Peraturan Walikota Nomor 27 Tahun 2006 Tentang Penetapan Tarif Air Minum dan Biaya Langganan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang. Dalam peraturan walikota tersebut dinyatakan bahwa tarif per meter PDAM akan naik mulai bulan Februari 2007 dan tidak hanya tarif per meter saja, tetapi mulai bulan Februari pelanggan PDAM juga harus membayar biaya langganan yang besarnya beragam, karena ditentukan oleh tipe bangunan tersebut. Misalnya bangunan tersebut sebuah rumah tangga, instansi, industri, atau untuk kegiatan sosial. Tentu saja para pelanggan harus membayar banyak mulai bulan Februari 2007.

Karena Direktur PDAM tidak mau membatalkan kenaikan tarif tersebut dengan alasan merasa perlu ada kenaikan dan pemerintah kota mendukung, Ketua YLKM juga mencoba bernegosiasi lagi mengenai tarif tersebut. Ketua YLKM mencoba tawar menawar bagaimana jika tarif tersebut tidak dinaikkan sekaligus, karena bagaimanapun juga pelanggan pasti kaget dengan kenaikan

⁶³ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 15 Mei 2007

tarif per meter dan ditambah biaya langganan. Tetapi Direktur PDAM tetap pada pendiriannya tidak akan membatalkan kenaikan tarif tersebut. Direktur PDAM berpendapat percuma saja jika tarif tersebut dinaikkan satu persatu, misalnya kenaikan tarif per meter dulu baru kemudian menyusul biaya langganannya, karena di lain waktu PDAM akan tetap memberlakukan biaya langganan, jadi lebih baik sekaligus.

Konsumen pelanggan PDAM yang mengadu pada YLKM selain mengeluh karena kenaikan tarif yang drastis juga karena mereka merasa kenaikan tarif tersebut tidak ada pemberitahuan sebelumnya. Karena itu PDAM telah melanggar hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur seperti yang tercantum dalam pasal 4 huruf c Undang-undang Perlindungan Konsumen. Seharusnya PDAM memberitahukan dengan benar, jelas, dan jujur mengenai tarif PDAM ini pada konsumen pelanggan PDAM, sehingga konsumen merasa jelas dan tidak kaget dengan kenaikan tarif yang drastis ini. Hak dan kewajiban adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Hak bagi satu pihak merupakan kewajiban bagi pihak lain, oleh karena itu jika hak salah satu pihak telah dilanggar, secara otomatis pihak lain tidak melaksanakan kewajibannya. Begitu juga dengan PDAM, tidak melaksanakan kewajibannya sebagai pelaku usaha seperti yang tercantum pada pasal 7 huruf b Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur.

Menurut Keputusan Menteri Nomor KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktik *Good Corporate Governance* Pada BUMN, setiap BUMN atau BUMD diwajibkan untuk menerapkan *Good Corporate Governance* secara

baik, konsisten dan menjadikannya sebagai landasan operasional. Begitu juga dengan PDAM sebagai BUMD. Prinsip *Good Corporate Governance* ini diterapkan untuk meningkatkan kinerjanya. Dalam Keputusan Menteri tersebut terdapat 5 (lima) prinsip, yaitu transparansi, kemandirian, akuntabilitas, pertanggungjawaban, dan kewajaran. Dalam hal ini dapat dilihat PDAM tidak hanya melanggar hak konsumen tetapi juga belum optimal dalam menerapkan prinsip *Good Corporate Governance*, karena PDAM belum menerapkan prinsip transparansi. PDAM tidak terbuka dalam mengemukakan informasi, padahal dalam prinsip ini ditekankan bahwa perusahaan harus menyediakan informasi yang cukup, akurat, dan tepat waktu pada berbagai pihak yang berkepentingan.

Ketua YLKM juga menanyakan masalah pemberitahuan kenaikan tarif ini pada PDAM, karena konsumen pelanggan PDAM merasa tidak mendapat pemberitahuan sebelumnya dari PDAM mengenai kenaikan tarif ini. Tetapi pihak PDAM merasa sudah melakukan tindakan yang benar karena PDAM merasa sudah memberikan pengumuman lewat edaran mengenai kenaikan tarif ini. Padahal pengumuman lewat edaran tersebut tidak diinformasikan dengan baik oleh PDAM.

Masalah ini tidak dapat diselesaikan, karena PDAM tetap pada pendiriannya dan merasa didukung karena adanya Peraturan Walikota mengenai kenaikan tarif PDAM ini. Sedangkan tidak semua pelanggan PDAM protes dengan kenaikan tarif ini, mungkin para pelanggan hanya bisa memendam protes tersebut karena mereka terbentur dengan masalah kebutuhan. Konsumen pelanggan PDAM merasa air merupakan kebutuhan pokok, sehingga mau tidak mau mereka tetap membayar walaupun tarif naik. Jika mereka tidak membayar

maka akan dimatikan. Hanya segelintir orang saja yang protes mengenai hal ini. Oleh karena itu pihak PDAM maupun Pemerintah Kota merasa tidak ada yang keberatan dengan kenaikan tarif disertai biaya langganan ini.

YLKM tidak mendapat jalan keluar untuk masalah ini, merasa sulit memperjuangkan hak konsumen karena apa yang dilakukan YLKM harus didukung oleh konsumen yang mengadu itu sendiri. Karena konsumen tersebut hanya sekedar mengadu dan mempunyai pola pikir, jika sudah mengadu pada YLKM pasti beres. Padahal kenyataannya untuk masalah ini perlu keberanian dari konsumen juga. Tetapi ternyata konsumen tidak berani karena ini masalah kebutuhan. Jika banyak konsumen yang mengadu dan berani berjuang bersama-sama mungkin kebijakan pemerintah kota bisa diubah.

3. Tanggapan Konsumen PDAM Yang Mengadu Pada YLKM⁶⁴

Para konsumen PDAM yang mengadu pada YLKM masalah kenaikan tarif ini merasa kecewa. Karena mereka merasa sudah mengadu pada YLKM tetapi tidak ada perubahan tarif PDAM. Ini membuktikan bahwa mereka berpikiran jika sudah mengadu pada YLKM harus dan pasti beres. Ketiga konsumen PDAM yang mengadu tersebut menyatakan bahwa mereka tidak tahu mengenai proses penyelesaian yang dilakukan YLKM, mereka hanya mengetahui tarif PDAM tetap naik dan mau tidak mau mereka tetap harus membayar karena air merupakan kebutuhan pokok. Para konsumen PDAM yang mengadu pada YLKM tersebut tidak puas karena setelah mengadukan mereka merasa tidak ada kelanjutannya lagi.

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Mistanto, Bapak Budi, dan Bapak Hari, Konsumen PDAM yang mengadu pada YLKM, tanggal 25-27 Mei 2007

4.Hambatan yang dihadapi YLKM dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM

a. Hambatan Yang Bersifat Yuridis

Sifat hambatan YLKM dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM bermacam-macam, yaitu bersifat yuridis dan bersifat teknis. Hambatan yang bersifat yuridis antara lain:⁶⁵

- 1) Tidak ada aturan mengenai syarat menjadi pengurus YLKM pada peraturan perundang-undangan

Tidak adanya aturan khusus mengenai syarat menjadi pengurus YLKM baik dari Undang-undang Perlindungan Konsumen maupun Peraturan Pemerintahnya, misalnya persyaratan mengenai umur atau latar belakang pendidikan tertentu. Sehingga dapat menimbulkan perbedaan pemahaman mengenai peraturan perundang-undangan, mengingat tidak semua pengurus YLKM berlatar belakang pendidikan hukum. Hal ini membuat peraturan perundang-undangan terkesan setengah-setengah karena hanya mengatur mengenai tugas serta pendaftaran LPKSM saja.

- 2) Tidak ada aturan khusus yang mengatur cara menyelesaikan pengaduan oleh YLKM

Tidak adanya aturan khusus seperti yang dimiliki BPSK yaitu dalam Kepmen Perindag No. 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pilihan Penyelesaian Sengketa. Sehingga YLKM juga menggunakan cara yang digunakan BPSK. Jika seperti itu maka akan menimbulkan kerancuan

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 15 Mei 2007

tugas dan wewenang antara YLKM dan BPSK dalam menyelesaikan pengaduan.

b. Hambatan Yang Bersifat Teknis

Selain hambatan yang bersifat yuridis yang dihadapi YLKM dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan kenaikan tarif PDAM, juga ada hambatan lain yang bersifat teknis yaitu:⁶⁶

- 1) Konsumen PDAM yang mengadu tidak berani memperjuangkan hak yang dimilikinya

Faktor konsumen merupakan hambatan yang terbesar dari masalah kenaikan tarif PDAM ini. Dikatakan hambatan terbesar karena konsumen PDAM yang mengadu ini hanya sekedar mengadu dan menyerahkan semuanya pada YLKM. Para konsumen ini berpikiran bahwa jika mereka sudah mengadu pada YLKM, maka masalah tersebut pasti terselesaikan. Padahal faktanya suatu masalah yang diadukan pada YLKM akan dapat terselesaikan dengan baik tergantung kerjasama konsumen juga. Untuk masalah seperti kenaikan tarif PDAM ini, konsumen juga harus berani berjuang, dalam arti menunjukkan bahwa kenaikan tarif ini sangat memberatkan mereka. Misalnya konsumen berani tidak membayar setelah tarif PDAM dinaikkan. Tetapi yang terjadi, konsumen tidak berani melakukannya karena mereka terganjal dengan kebutuhan. Air memang merupakan kebutuhan pokok, sehingga jika mereka tidak membayar rekening air maka PDAM akan mematikan air tersebut .

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 15 Mei 2007

- 2) Konsumen yang tidak mengadu juga tidak berani memperjuangkan hak yang dimilikinya

Konsumen lain yang tidak mengadu pada YLKM mungkin sebenarnya merasakan hal yang sama dengan yang mengadu. Karena hampir semua masyarakat sekarang ini adalah pelanggan PDAM, jadi sebenarnya mereka pasti merasakan kenaikan tarif PDAM ini begitu memberatkan. Bedanya mereka yang mengadu selangkah lebih maju dari yang tidak mengadu mengenai memperjuangkan haknya sebagai konsumen. Mereka yang tidak mengadu sebenarnya juga keberatan mengenai kenaikan tarif PDAM ini, tetapi mereka sudah menyerah karena berpikiran, air merupakan kebutuhan pokok, jadi mau tidak mau harus di bayar walaupun harus membayar mahal. Ini merupakan bukti konsumen masih kurang memperhatikan hak-haknya.

- 3) Sebagian masyarakat tidak tahu mengenai keberadaan YLKM dan Undang-undang Perlindungan Konsumen

Sebagian masyarakat mungkin juga tidak tahu mengenai keberadaan YLKM di kota Malang ini. Sehingga masyarakat tidak tahu harus mengadu kemana jika merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Bisa dibuktikan dari jumlah pengaduan yang masuk ke YLKM tidak begitu banyak. Ini berarti juga masyarakat belum mengenal Undang-undang Perlindungan Konsumen. Padahal negara kita membuat undang-undang ini dengan tujuan agar hak-hak konsumen terlindungi dan konsumen berani memperjuangkan haknya, karena dilindungi oleh undang-undang. Hal tersebut di atas disebabkan masih kurangnya sosialisasi mengenai

Undang-undang Perlindungan Konsumen dan sosialisasi mengenai YLKM itu sendiri.

- 4) Sebagian masyarakat tahu mengenai YLKM tetapi belum paham benar tentang prosedur atau mekanisme penyelesaian sengketa

Dari jumlah pengaduan yang tidak begitu banyak yang masuk ke YLKM, dapat disimpulkan bahwa masyarakat mungkin tahu mengenai keberadaan YLKM tetapi kurang paham mengenai prosedur dan mekanisme penyelesaian sengketa. Hal ini juga disebabkan karena kurangnya sosialisasi untuk memperkenalkan YLKM yaitu mengenai fungsi dan bagaimana prosedur untuk mengadukan masalah ke YLKM, serta mengenai penyelesaian sengketa.

- 5) Perbedaan latar belakang pendidikan yang dimiliki pengurus YLKM

Pengurus YLKM mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Tidak semua pengurus YLKM adalah sarjana hukum. Oleh karena itu menimbulkan perbedaan pemahaman terhadap peraturan perundang-undangan.

- 6) Pengurus YLKM yang berprofesi ganda

Banyak pengurus YLKM yang berprofesi ganda, tidak hanya bekerja untuk YLKM saja. Misalnya para pengurus itu selain bergabung dengan YLKM profesinya adalah dosen di salah satu universitas atau seorang pengacara. Sehingga karena kesibukannya yang lain, mereka tidak bekerja secara penuh pada YLKM atau tidak *full time*. Karena banyak pengurus yang tidak bekerja secara penuh, akibatnya sumber daya manusia di YLKM kurang.

E. Upaya yang dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Di Malang Untuk Mengatasi Hambatan Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM

1. Upaya mengatasi hambatan yang bersifat yuridis

Karena hambatan yang bersifat yuridis ini berkaitan dengan peraturan perundang-undangan, baik Undang-undang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah, maupun Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan, maka YLKM tidak dapat berbuat banyak. Upaya yang dilakukan YLKM untuk mengatasi hambatan yuridis antara lain:⁶⁷

- 1) Untuk mengatasi hambatan tidak adanya aturan mengenai syarat menjadi pengurus YLKM pada peraturan perundang-undangan, YLKM menempatkan pengurus-pengurusnya yang berlatar belakang pendidikan hukum pada bagian advokasi. Karena bagian advokasi ini yang berurusan langsung dengan penyelesaian pengaduan.
- 2) Untuk mengatasi hambatan yuridis yang lain yaitu tidak adanya aturan khusus yang mengatur cara menyelesaikan pengaduan oleh YLKM, maka YLKM hanya melakukan negosiasi dan mediasi. Jika dengan kedua cara tersebut tidak dapat ditemukan solusinya maka pengaduan tersebut diserahkan pada BPSK.

2. Upaya mengatasi hambatan yang bersifat teknis

Upaya yang dilakukan YLKM untuk mengatasi yang bersifat teknis antara lain:

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Soemito, Ketua YLKM, tanggal 15 Mei 2007

- a. YLKM memberikan pengertian pada konsumen-konsumen pelanggan PDAM yang mengadu ini bahwa masalah ini akan dapat terselesaikan harus dengan kerjasama konsumen juga, untuk mengatasi ketidakberanian konsumen memperjuangkan haknya. YLKM memberi motivasi pada konsumen pelanggan PDAM yang mengadu untuk berani bersama-sama memperjuangkan haknya, yaitu dengan tidak membayar rekening bulan berikutnya. Selain itu YLKM memberi arahan agar para konsumen pelanggan PDAM itu mengadu juga pada DPRD yang merupakan wakil rakyat yang sudah menjadi tugas mereka untuk menyampaikan aspirasi rakyat pada pemerintah kota. Meningat PDAM merupakan BUMD dan kenaikan tarif PDAM inipun didukung oleh Peraturan Walikota.
- b. YLKM memberi penyuluhan pada ibu-ibu PKK, mahasiswa, kalangan akademisi. Pada penyuluhan tersebut YLKM juga memberikan pengertian serta motivasi pada konsumen untuk berani memperjuangkan haknya. Hal ini dilakukan untuk mengatasi ketidakberanian konsumen PDAM untuk memperjuangkan hak yang dimilikinya.
- c. Untuk mengatasi masalah ketidaktahuan sebagian masyarakat mengenai keberadaan YLKM dan Undang-undang Perlindungan Konsumen, YLKM lebih sering mengadakan sosialisasi mengenai keberadaan YLKM dan fungsi YLKM di masyarakat serta Undang-undang Perlindungan Konsumen. Sosialisasi dilakukan melalui media yang ada, baik elektronik seperti televisi atau radio, maupun melalui

media cetak seperti koran, selain itu juga melalui seminar-seminar. Agar masyarakat lebih peduli pada hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen, dan tidak takut untuk memperjuangkannya karena dilindungi oleh Undang-undang. Sosialisasi ini baru dilakukan satu kali, karena kenaikan tarif PDAM baru diberlakukan bulan Februari tahun 2007.

- d. Untuk mengatasi ketidaktahuan sebagian masyarakat mengenai prosedur atau mekanisme penyelesaian sengketa, YLKM menggunakan cara yang sama seperti hambatan sebelumnya yaitu dengan memperbanyak sosialisasi mengenai YLKM terutama mengenai prosedur atau mekanisme penyelesaian sengketa.
- e. YLKM menempatkan pengurus-pengurus yang berlatar belakang pendidikan hukum pada bagian advokasi, untuk mengatasi masalah perbedaan latar belakang pendidikan yang dimiliki pengurus YLKM. Karena bagian advokasi merupakan bagian yang secara langsung mengurus penyelesaian pengaduan.
- f. YLKM mengadakan seminar-seminar atau pelatihan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan kemudian YLKM merekrut relawan-relawan untuk bekerja secara penuh pada YLKM. Hal ini dilakukan untuk mengatasi masalah pengurus YLKM yang berprofesi ganda.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Hambatan Yayasan Lembaga Konsumen (YLK) Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Kenaikan Tarif PDAM ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat dua hambatan yang dihadapi YLKM, yaitu hambatan yang bersifat yuridis dan hambatan yang bersifat teknis. Hambatan yang bersifat yuridis sedikit banyak juga mempengaruhi hambatan yang bersifat teknis. Karena hambatan yang bersifat teknis juga mengacu pada kelemahan perangkat hukum yang mengatur tentang LPKSM dan peraturan pelaksanaannya. Seperti tidak adanya standar interpretasi mengenai peraturan perundang-undangan dan didukung juga tidak adanya aturan khusus mengenai syarat menjadi anggota YLKM, yang mengakibatkan tidak semua pengurus YLKM berlatar belakang pendidikan hukum, maka dalam pelaksanaan kegiatan YLKM menimbulkan perbedaan pemahaman mengenai peraturan perundang-undangan. Perbedaan pemahaman mengenai peraturan perundang-undangan tersebut tidak hanya antara pengurus saja tetapi juga antara pengurus dengan konsumen dan pelaku usaha. Hambatan yang bersifat teknis kebanyakan karena ketidaktahuan konsumen mengenai YLKM. Ketidaktahuan konsumen tersebut tidak hanya mengenai keberadaan YLKM saja tetapi juga mengenai fungsi juga

prosedur penyelesaian pengaduan. Akibatnya konsumen selalu berpikir jika sudah mengadu pada YLKM masalah pasti dapat diselesaikan.

2. Upaya YLKM kurang maksimal dalam mengatasi hambatan yang bersifat yuridis. Upaya tersebut antara lain:
 - a. YLKM hanya menempatkan pengurus yang berlatar pendidikan hukum pada bagian advokasi untuk mengatasi hambatan perbedaan pemahaman mengenai peraturan perundang-undangan.
 - b. YLKM hanya melakukan negosiasi dan mediasi, jika dengan kedua cara tersebut tidak dapat ditemukan solusinya maka pengaduan tersebut diserahkan pada BPSK.

Upaya yang dilakukan YLKM untuk mengatasi hambatan yang bersifat teknis, yaitu:

- a. YLKM memberi motivasi pada konsumen pelanggan PDAM untuk berani bersama-sama memperjuangkan haknya, yaitu dengan tidak membayar rekening bulan berikutnya. YLKM juga memberi arahan agar para konsumen pelanggan PDAM itu mengadu juga pada DPRD.
- b. YLKM lebih banyak mengadakan sosialisasi mengenai keberadaan YLKM, fungsi dan peran YLKM, prosedur penyelesaian pengaduan, serta mengenai Undang-undang Perlindungan Konsumen.
- c. YLKM menempatkan pengurus-pengurus yang berlatar belakang pendidikan hukum pada bagian advokasi.
- d. YLKM mengadakan seminar-seminar atau pelatihan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan kemudian YLKM merekrut relawan-relawan untuk bekerja secara penuh pada YLKM.

B. Saran

1. YLKM perlu meminta pada Departemen Perdagangan untuk membuat standar interpretasi yang jelas mengenai peraturan perundang-undangan. Sehingga tidak ada perbedaan penafsiran pada peraturan perundang-undangan antara pengurus YLKM karena tidak semua pengurus YLKM berlatar belakang pendidikan hukum, dan konsumen serta pelaku usaha. YLKM juga perlu membuat pedoman operasional untuk memudahkan setiap pelaksanaan kegiatan YLKM. Sehingga pengurus mempunyai standar dalam melaksanakan setiap kegiatan YLKM. YLKM membuat standar operasionalnya sendiri, mengingat YLKM merupakan lembaga swadaya masyarakat yaitu lembaga non pemerintah.
2. YLKM dapat menyarankan pada konsumen PDAM untuk melakukan gugatan kelompok atau melakukan gugatan melalui YLKM pada Pengadilan Negeri. Hal ini berkaitan dengan salah satu tugas YLKM yaitu memberi nasihat pada konsumen. Jika gugatan kelompok atau yang disebut class action atau gugatan melalui YLKM yang disebut legal standing ini dilakukan, paling tidak akan membuat PDAM memperhatikan masalah ini. Karena selama ini PDAM terkesan tidak peduli dengan masalah kenaikan tarif ini karena merasa tidak ada konsumen pelanggan PDAM yang keberatan.
3. YLKM perlu melakukan sosialisasi mengenai fungsi dan peran YLKM pada instansi-instansi seperti PDAM. Sehingga tidak hanya melakukan sosialisasi pada konsumen saja. Karena selama ini yang tidak tahu bukan hanya masyarakat sebagai konsumen, tetapi juga instansi-instansi pemerintah seperti PDAM. Sosialisasi mengenai fungsi dan peran YLKM ini perlu dilakukan agar tidak dipandang sebelah mata oleh instansi-instansi pemerintah seperti halnya PDAM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Duane Ruth Heffelbower, 2000, *Pemberdayaan Untuk Rekonsiliasi (Edisi Kedua: direvisi dan diperluas)*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Herman Suryokumoro, dkk, 2003, *Pedoman Penulisan Tugas Akhir, Makalah, Kuliah Kerja Lapangan, Program Pemberdayaan Masyarakat*, Malang: Fakultas Hukum Universitas Brawijaya
- John S. Hartanto, 1995, *Pembentukan Istilah dan EYD*, Surabaya: Indah
- Rachmad Safa'at, 2006, *Advokasi dan Pilihan Penyelesaian Sengketa (Latar Belakang, Konsep, dan Implementasinya)*, Malang: Agritek Yayasan Pembangunan Nasional
- Ronny Hanitijo Soemitro, 1990, *Metode Penelitian Hukum Cetakan 4*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Samlawi Azhari dan Imam Suyitno, 2001, *Cermat Berbahasa Indonesia Edisi 4*, Malang: STIE Malangkucecwara Malang
- Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Tim Penyusun Kamus Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1999, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka
- Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti

Peraturan Perundang-undangan

- Undang – undang Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah
- Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang – undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara
- Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2001
Tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 480/MPP/Kep/6/2002
Tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Perindustrian dan
Perdagangan Nomor 302/MPP/Kep/10/2001 Tentang Pendaftaran
Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan
Praktek Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara
(BUMN)

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Pedoman Teknis
Dan Tata Cara Pengeturan Tarif Air Minum Pada Perusahaan Daerah Air
Minum

Peraturan Walikota Nomor 27 Tahun 2006 Tentang Penetapan Tarif Air Minum
dan Biaya Langganan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang

Internet

*Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)
Propinsi Jawa Timur, 2006, www.bpkn.go.id*

Dewan Minta PDAM Tinjau Tarif, 2007, www.surya.co.id

Era “Konsumen Waspadalah” Sudah Lewat, 2006, www.kompas.com

Peraturan, 2007, www.mediakonsumen.com

*Pengumuman Penetapan Tarif Air Minum Dan Biaya Langganan Pada
Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang, 2007, www.pdam.pemkot-malang.go.id*

Peraturan, 2007, www.mediakonsumen.com

Produk Hukum, 2006, www.depdagri.go.id

Program Yang Berjalan, 2002, www.pdam.pemkot-malang.go.id

Sekilas PDAM Kota Malang, 2006, www.pdam.pemkot-malang.go.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fitri Hidayat

NIM : 0310100116

Menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/data orang lain yang telah dipublikasikan, juga bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang dipublikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, saya sanggup dicabut gelar kesarjanaan saya.

Malang, Juni 2007

Yang menyatakan,

Fitri Hidayat

NIM. 0310100116



PEMERINTAH KOTA MALANG
PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM
Jl. TERUSAN DANAU SENTANI NO. 100 TELP. (0341) 715103 (HUNTING)
FAX. : (0341) 715107 PO. BOX 132 MALANG 65138



PENGUMUMAN

Nomor : 489/1196/35.73.701/2006

TENTANG

PENETAPAN TARIP AIR MINUM DAN BIAYA LANGGANAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM KOTA MALANG

Berdasarkan Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2006 tanggal 31 Oktober 2006 tentang Penetapan Tarip Air Minum dan Biaya Langganan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang, dengan ini diberitahukan kepada Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Malang, bahwa Penetapan Tarip Air Minum dan Biaya Langganan dimaksud diberlakukan untuk Pembayaran Rekening bulan Pebruari 2007, sebagaimana tercantum dalam lampiran Peraturan Walikota Malang.

Demikian untuk menjadikan maklum.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 2 Nopember 2006



Drs. HERYADI SANTOSO, M.Si

TARIP AIR MINUM PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM KOTA MALANG

| NO | KELOMPOK & JENIS PELANGGAN | TINGKAT PEMAKAIAN DAN TARIP AIR MINUM PROGRESIF per M3 (Rp.) | | BIAYA LANGGANAN | KETERANGAN |
|----------------------|--|--|---------|-----------------|--|
| | | 0-10 m3 | >10m3 | | |
| 1 | KELOMPOK I | | | | Diberikan cuma - cuma kepada : - Masjid Besar = 100 m3 - Masjid Sedang = 75 m3 - Langgar/Surau, Panti Asuhan, YPAC, PMI = 50 m3 - Gereja dll = 25 m3 |
| | a. SOSIAL : | | | | |
| | - SOSIAL A | 1.250 | 1.550 | 6.000 | |
| | - SOSIAL B | 1.250 | 1.600 | 6.000 | |
| | - SOSIAL C | 1.250 | 1.900 | 6.000 | |
| | b. RUMAH TANGGA : | | | | |
| - RUMAH TANGGA A | 1.500 | 2.300 | 7.500 | | |
| - RUMAH TANGGA B | 1.700 | 2.800 | 9.500 | | |
| 2 | KELOMPOK II - RUMAH TANGGA C | 1.900 | 3.000 | 13.000 | |
| 3 | KELOMPOK III | | | | |
| | a. RUMAH TANGGA : | | | | |
| | - RUMAH TANGGA D | 2.300 | 3.600 | 16.000 | |
| | - RUMAH TANGGA E | 2.600 | 3.800 | 17.000 | |
| | b. INSTANSI : | | | | |
| | - INSTANSI A | 2.300 | 3.800 | 18.000 | |
| | - INSTANSI B | 2.600 | 5.700 | 19.000 | |
| | c. NIAGA : | | | | |
| | - NIAGA A | 3.800 | 5.700 | 25.000 | |
| | - NIAGA B | 6.100 | 7.600 | 27.500 | |
| | - NIAGA C | 7.200 | 8.700 | 30.000 | |
| | - NIAGA D | 8.000 | 9.500 | 32.500 | |
| d. INDUSTRI : | | | | | |
| - INDUSTRI A | 8.700 | 10.300 | 35.000 | | |
| - INDUSTRI B | 9.900 | 12.200 | 40.000 | | |
| 4 | KELOMPOK IV | Tarip air minum akan ditentukan sesuai dengan kesepakatan | | | |
| | a. KELOMPOK KHUSUS | | | | |
| | | JARAK PELAYANAN (KM) | | | |
| | | 0-10 | >10 | | |
| b. TANGKI AIR | - KELOMPOK I | 50.000 | 55.000 | | |
| | - KELOMPOK II | 58.000 | 88.000 | | |
| | - KELOMPOK III | 85.000 | 125.000 | | |

KELOMPOK PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM KOTA MALANG

| NO | KELOMPOK & JENIS PELANGGAN | KETERANGAN |
|----|---|--|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | <p>KELOMPOK I a. SOSIAL : - SOSIAL A - SOSIAL B - SOSIAL C b. RUMAH TANGGA : - RUMAH TANGGA A - RUMAH TANGGA B</p> | <p>Pelanggan yang kegiatan setiap harinya memberikan pelayanan kepentingan umum, khususnya bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hydran Umum 2. Kamar Mandi Umum / WC Umum / MCK 3. Terminal Umum 4. Kran Umum <p>Pelanggan yang kegiatan setiap harinya melayani kepentingan umum dan masyarakat serta mendapatkan sumber dana sebagian dari kegiatannya antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Yayasan-yayasan Sosial 2. Panti-panti Asuhan, YPAC 3. Rumah-rumah Ibadah <p>Pelanggan yang kegiatan setiap harinya melayani kepentingan umum dan masyarakat serta mendapatkan sumber dana sebagian dari kegiatannya antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Balai RW. 2. Balai Latihan Kerja (BLK) 3. Puskesmas 4. Sekolah (Play Group, TK, SD, SLTP, SMU/ SMK) yang berstatus negeri atau swasta. <p>Rumah tinggal yang di depannya terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 0 meter sampai dengan kurang dari 3 meter.</p> <p>Rumah tinggal yang di depannya terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 3 meter sampai dengan kurang dari 6 meter.</p> |
| 2 | <p>KELOMPOK II - RUMAH TANGGA C</p> | <p>Rumah tinggal yang di depannya terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 6 meter sampai dengan kurang dari 9 meter.</p> |
| 3 | <p>KELOMPOK III a. RUMAH TANGGA : - RUMAH TANGGA D - RUMAH TANGGA E b. INSTANSI : - INSTANSI A - INSTANSI B</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rumah tinggal yang di depannya terdapat jalan utama, jalan kembar, jalan protokol, jalan sekunder dan pelayanan lainnya yang mempunyai nilai ekonomi tinggi yang mempunyai lebar jalan termasuk saluran got dan berm 9 meter keatas. 2. Rumah tinggal yang terletak di kompleks perumahan elite, real estate yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan yang di depannya terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 6 meter keatas. <ol style="list-style-type: none"> 1. Rumah tinggal yang di dalamnya terdapat usaha untuk mendapatkan suatu keuntungan dan di depannya terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 3 meter sampai dengan kurang dari 6 meter. 2. Kios / warung dan usaha kecil lainnya yang bangunannya semi permanen yang di depannya terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 6 meter keatas . <p>Perguruan Tinggi (negeri / swasta)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana Milik Pemerintah. 2. Lembaga Pemerintah 3. Kolam Renang Milik Pemerintah 4. Kantor Pemerintahan 5. Rumah Sakit Pemerintah 6. Kantor Perwakilan Negara Asing |

| NO | KELOMPOK & JENIS PELANGGAN | KETERANGAN |
|----|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| | <p>c. NIAGA :</p> <p>- NIAGA A</p> <p>- NIAGA B</p> <p>- NIAGA C</p> <p>- NIAGA D</p> <p>d. INDUSTRI :</p> <p>- INDUSTRI A</p> <p>- INDUSTRI B</p> | <p>1. Toko, Rumah Toko (Ruko), Pasar Swalayan</p> <p>2. Show Room</p> <p>3. Kantor Perusahaan Swasta</p> <p>4. Biro Jasa, Eksportir, Importir, Ekspediter, Distributor/Pedagang Pasar Besar dan Bengkel</p> <p>5. Lembaga Pendidikan Kursus</p> <p>6. Tempat Praktek Dokter Bersama, Laboratorium Klinik, Apotek, Rumah Sakit Bersalin Swasta, Rumah Sakit Swasta, dan Tempat Praktek Dokter Spesialis/Umum</p> <p>7. Rumah Makan.</p> <p>8. Hotel, Losmen, Night Club, dan Diskotik.</p> <p>9. Kolam Renang milik Swasta.</p> <p>Dengan kriteria bahwa di muka bidang usaha tersebut terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 6 meter sampai dengan kurang dari 8 meter.</p> <p>1. Toko, Rumah Toko (Ruko), Pasar Swalayan</p> <p>2. Show Room</p> <p>3. Kantor Perusahaan Swasta</p> <p>4. Biro Jasa, Eksportir, Importir, Ekspediter, Distributor/Pedagang Pasar Besar dan Bengkel</p> <p>5. Lembaga Pendidikan Kursus</p> <p>6. Tempat Praktek Dokter Bersama, Laboratorium Klinik, Apotek, Rumah Sakit Bersalin Swasta, Rumah Sakit Swasta, dan Tempat Praktek Dokter Spesialis/Umum</p> <p>7. Rumah Makan.</p> <p>8. Hotel, Losmen, Night Club, dan Diskotik.</p> <p>9. Kolam Renang milik Swasta.</p> <p>Dengan kriteria bahwa di muka bidang usaha tersebut terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 8 meter sampai dengan kurang dari 10 meter.</p> <p>1. Toko, Rumah Toko (Ruko), Pasar Swalayan</p> <p>2. Show Room</p> <p>3. Kantor Perusahaan Swasta</p> <p>4. Biro Jasa, Eksportir, Importir, Ekspediter, Distributor/Pedagang Pasar Besar dan Bengkel.</p> <p>5. Lembaga Pendidikan Kursus</p> <p>6. Tempat Praktek Dokter Bersama, Laboratorium Klinik, Apotek, Rumah Sakit Bersalin Swasta, Rumah Sakit Swasta, dan Tempat Praktek Dokter Spesialis/Umum</p> <p>7. Rumah Makan.</p> <p>8. Hotel, Losmen, Night Club, dan Diskotik.</p> <p>9. Kolam Renang milik Swasta.</p> <p>Dengan kriteria bahwa di muka bidang usaha tersebut terdapat jalan termasuk saluran got dan berm yang mempunyai lebar 10 meter keatas</p> <p>1. BUMN/ BUMD</p> <p>2. Lembaga Perbankan Swasta</p> <p>1. Konveksi Kecil</p> <p>2. Kerajinan Keramik</p> <p>3. Pabrik Roti</p> <p>4. Peternakan kecil</p> <p>5. Usaha Industri Kecil Lainnya</p> <p>1. Karoseri</p> <p>2. Pabrik Kimia</p> <p>3. Perkayuan</p> <p>4. Pabrik Es Swasta dan Cold Storage</p> <p>5. Pabrik Minuman</p> <p>6. Peternakan Besar</p> <p>7. Pabrik Rokok</p> <p>8. Usaha Industri Besar Lainnya</p> |
| 4 | <p>KELOMPOK IV</p> <p>a. KELOMPOK KHUSUS</p> <p>b. TANGKI AIR</p> | <p>Jenis pelanggan yang tidak termasuk dalam kelompok I, Kelompok II dan Kelompok III</p> <p>Pelayanan penjualan air dengan mobil tangki air</p> |