



**SALINAN**

**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

**PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR 49 TAHUN 2024**

**TENTANG**

**STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

- Menimbang** :
- a. bahwa ekosistem perlindungan konsumen yang inklusif dan merata perlu diperkuat dengan terobosan inovasi dan kegiatan yang lebih berkualitas dan berorientasi manfaat bagi masyarakat;
  - b. bahwa perlindungan konsumen merupakan program lintas sektoral yang terintegrasi melalui kebijakan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen yang telah dilaksanakan dan perlu dilanjutkan melalui optimalisasi program lintas kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait, serta peran serta pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan;
  - c. bahwa untuk mendukung ekosistem perlindungan konsumen yang inklusif dan merata sesuai dengan arah kebijakan dan strategi pembangunan Pemerintah sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024, perlu mengatur kembali Strategi Nasional Perlindungan Konsumen;
  - d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen;
- Mengingat** : Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

**MEMUTUSKAN: . . .**



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 2 -

**MEMUTUSKAN:**

Menetapkan : **PERATURAN PRESIDEN TENTANG STRATEGI NASIONAL  
PERLINDUNGAN KONSUMEN.**

**Pasal 1**

- (1) Dengan Peraturan Presiden ini ditetapkan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya disebut STRANAS-Perlindungan Konsumen.
- (2) STRANAS-Perlindungan Konsumen merupakan dokumen yang memuat arah kebijakan, strategi, dan sektor prioritas perlindungan konsumen untuk pencapaian target tahun 2024.
- (3) STRANAS-Perlindungan Konsumen terdiri atas:
  - a. Amanat Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024;
  - b. Kondisi Perlindungan Konsumen;
  - c. Arah Kebijakan Perlindungan Konsumen; dan
  - d. Strategi dan Sektor Prioritas Perlindungan Konsumen.
- (4) STRANAS-Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Presiden ini.

**Pasal 2**

STRANAS-Perlindungan Konsumen bertujuan untuk:

- a. memberikan arah kebijakan dan strategi perlindungan konsumen yang lebih sinergis, harmonis, dan terintegrasi bagi kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait;
- b. mempercepat penyelenggaraan perlindungan konsumen di sektor prioritas;
- c. mendorong . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 3 -

- c. mendorong peningkatan keberdayaan konsumen yang mampu membuat keputusan yang optimal dan memahami preferensinya dari pilihan yang tersedia, serta memahami haknya untuk menuju konsumen yang sejahtera; dan
- d. mendukung penguatan permintaan domestik guna mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berkeadilan.

**Pasal 3**

STRANAS-Perlindungan Konsumen berfungsi sebagai pedoman bagi:

- a. kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi penyelenggaraan perlindungan konsumen sesuai dengan tugas, fungsi, dan kewenangan masing-masing; dan
- b. pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan dalam mewujudkan peran aktif penyelenggaraan perlindungan konsumen.

**Pasal 4**

STRANAS-Perlindungan Konsumen memuat penguatan 3 (tiga) pilar, melalui:

- a. peningkatan efektivitas peran pemerintah dan lembaga;
- b. peningkatan keberdayaan konsumen; dan
- c. peningkatan kepatuhan pelaku usaha.

**Pasal 5**

- (1) Kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait menjabarkan STRANAS-Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 ayat (4) dalam Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen.

(2) Rencana . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 4 -

- (2) Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan program atau kegiatan yang dilakukan untuk periode 1 (satu) tahun anggaran.

Pasal 6

- (1) Penyusunan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 dikoordinasikan oleh kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan, dengan melibatkan kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait.
- (2) Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan peraturan menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan.

Pasal 7

- (1) Kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait melaksanakan STRANAS-Perlindungan Konsumen dan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen sesuai dengan tugas, fungsi, dan kewenangannya.
- (2) Kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait dapat melibatkan pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan dalam melaksanakan STRANAS-Perlindungan Konsumen dan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen.
- (3) Pelaksanaan STRANAS-Perlindungan Konsumen dan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen oleh Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan tidak mengurangi wewenang dan independensi pelaksanaan tugas dan fungsi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 8 . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 5 -

Pasal 8

- (1) Kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait melakukan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen secara berkala setelah akhir periode Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen dan sewaktu-waktu apabila dibutuhkan.
- (2) Dalam melakukan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kementerian/lembaga, pemerintah daerah, dan instansi terkait dapat melibatkan pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan.
- (3) Kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan mengoordinasikan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (4) Hasil pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) digunakan sebagai bahan evaluasi pelaksanaan STRANAS-Perlindungan Konsumen.

Pasal 9

- (1) Kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perencanaan pembangunan nasional mengoordinasikan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan STRANAS-Perlindungan Konsumen.

(2) Koordinasi . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 6 -

- (2) Koordinasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan hasil pemantauan, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan Rencana Aksi Nasional Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (4).
- (3) Menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perencanaan pembangunan nasional menyampaikan hasil pemantauan, evaluasi, dan pelaporan STRANAS-Perlindungan Konsumen kepada Presiden setelah akhir periode STRANAS-Perlindungan Konsumen dan sewaktu-waktu apabila dibutuhkan.
- (4) Hasil evaluasi pelaksanaan STRANAS-Perlindungan Konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) digunakan sebagai bahan penyusunan STRANAS-Perlindungan Konsumen untuk periode berikutnya.

**Pasal 10**

Pendanaan pelaksanaan STRANAS-Perlindungan Konsumen bersumber dari:

- a. anggaran pendapatan dan belanja negara;
- b. anggaran pendapatan dan belanja daerah; dan
- c. sumber lain yang sah dan tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**Pasal 11**

Peraturan Presiden ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 7 -

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Presiden ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 3 April 2024

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

**JOKO WIDODO**

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 3 April 2024

**MENTERI SEKRETARIS NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA,**

ttd.

**PRATIKNO**

**LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2024 NOMOR 66**

Salinan sesuai dengan aslinya  
**KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA**  
Deputi Bidang Perundang-undangan dan  
Administrasi Hukum,



**Ma Silvanna Djaman**



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

LAMPIRAN

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 49 TAHUN 2024

TENTANG

STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN

**STRATEGI NASIONAL PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**BAB I**

**LATAR BELAKANG**

Konsumsi rumah tangga dalam perekonomian Indonesia memiliki peran penting, yakni berkontribusi sebesar rata-rata 56,6% (lima puluh enam koma enam persen) dalam 5 (lima) tahun terakhir terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024 (RPJMN 2020-2024), konsumsi rumah tangga ditargetkan tumbuh tinggi sebesar rata-rata 5,4% (lima koma empat persen) sampai dengan 5,6% (lima koma enam persen). Namun demikian, pandemi COVID-19 yang melanda sejak tahun 2020 telah menyebabkan konsumsi rumah tangga berkontraksi sebesar 2,63% (dua koma enam tiga persen) pada tahun tersebut karena berkurangnya permintaan dan menurunnya daya beli masyarakat sebagai dampak dari pembatasan sosial. Pada tahun 2022, konsumsi masyarakat sudah pulih dengan pertumbuhan sebesar 4,93% (empat koma sembilan tiga persen) seiring dengan tingkat vaksinasi yang semakin baik. Tahun 2022 menjadi tahun kunci akselerasi pemulihan ekonomi dimana konsumsi masyarakat diharapkan dapat *rebound* karena daya beli yang meningkat dan pulihnya tingkat keyakinan masyarakat untuk mengonsumsi barang dan jasa.

Sementara itu, pulihnya konsumsi masyarakat akan didorong pula oleh tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi karena merasa terlindungi haknya. Konsumen akan sejahtera apabila mereka berdaulat dalam memperoleh informasi yang benar serta mengakses dan memilih barang yang diinginkannya dengan harga dan kualitas yang kompetitif, mereka merasa yakin untuk mengonsumsi barang karena tidak berbahaya bagi keselamatan serta kesehatan badan dan mentalnya, dan merasa yakin dapat memperoleh akses penanganan pengaduan, penyelesaian sengketa, dan kompensasi apabila terjadi kelalaian produsen atau pelaku usaha yang berakibat buruk bagi mereka. Konsumen yang sejahtera tersebut akan cenderung mengonsumsi lebih banyak, sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang pesat diharapkan dapat mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Untuk . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 2 -

Untuk dapat mencapai konsumen yang sejahtera diperlukan konsumen yang berdaya. Konsumen yang berdaya adalah konsumen yang sadar dan memiliki pengetahuan terkait perlindungan konsumen, yang memiliki keterampilan untuk melindungi dirinya sebagai konsumen serta berperilaku aktif melindungi dirinya dan memengaruhi kebijakan terkait kepentingan konsumen. Berdasarkan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) tahun 2022, konsumen Indonesia sudah masuk ke kategori MAMPU, yaitu dengan indeks sebesar 53,23 (lima puluh tiga koma dua tiga), naik dari IKK tahun 2021 sebesar 50,4 (lima puluh koma empat) dan IKK tahun 2020 sebesar 49,07 (empat puluh sembilan koma nol tujuh). Meskipun IKK pada tahun 2022 mengalami peningkatan, keberdayaan konsumen pada tahap pra dan pasca pembelian cenderung kurang MAMPU utamanya dalam hal pengetahuan terhadap Undang-Undang dan lembaga perlindungan konsumen, kecenderungan untuk bicara, serta perilaku komplain.

Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjadi payung dari kebijakan Pemerintah dalam melindungi konsumen di Indonesia. Namun masih banyak hambatan dalam menangani isu perlindungan konsumen. Salah satunya adalah karena perlindungan konsumen bersifat lintas sektor dan melibatkan banyak pemangku kepentingan. Untuk memastikan terselenggaranya perlindungan konsumen yang sinergis, harmonis, dan terintegrasi, Pemerintah telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen yang menjadi pedoman bagi seluruh pemangku kepentingan terkait. STRANAS-Perlindungan Konsumen tersebut memuat sasaran, arah kebijakan, strategi, sektor prioritas perlindungan konsumen, serta indikator sasaran dan target capaian dari tahun 2017 hingga 2019.

STRANAS-Perlindungan Konsumen 2017-2019 diarahkan untuk memperkuat pondasi dan percepatan penyelenggaraan perlindungan konsumen di sektor prioritas, guna peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta penciptaan iklim usaha dan hubungan konsumen - pelaku usaha yang berkeadilan. STRANAS-Perlindungan Konsumen ini terdiri dari tiga pilar yaitu: (1) peningkatan efektivitas peran Pemerintah; (2) peningkatan keberdayaan konsumen; serta (3) peningkatan kepatuhan pelaku usaha. Terdapat 9 (sembilan) sektor prioritas dalam STRANAS-Perlindungan Konsumen ini, yaitu: (1) obat dan makanan; (2) listrik dan gas rumah tangga; (3) *e-commerce*; (4) keuangan; (5) jasa telekomunikasi; (6) perumahan; (7) jasa transportasi; (8) jasa layanan kesehatan; dan (9) barang elektronik, telematika, dan kendaraan bermotor.

Berdasarkan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 3 -

Berdasarkan hasil evaluasi STRANAS-Perlindungan Konsumen 2017-2019, dari 65 (enam puluh lima) indikator sasaran yang ditetapkan, sebanyak 48 (empat puluh delapan) indikator sasaran atau sebesar 73,8% (tujuh puluh tiga koma delapan persen) telah melampaui target. Beberapa indikator yang belum tercapai adalah amandemen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang belum selesai dilaksanakan dan tingkat keaktifan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam melakukan program edukasi perlindungan konsumen yang masih di bawah target. Selain itu, sektor *e-commerce* memiliki beberapa indikator sasaran yang belum tercapai, padahal sektor ini akan semakin penting ke depan karena aktivitas belanja *online* dan ekonomi digital di Indonesia akan semakin masif.

Selain masih adanya banyak indikator sasaran yang belum tercapai, terdapat pula berbagai isu penting yang perlu diangkat untuk mewujudkan konsumen yang sejahtera. Salah satunya adalah masih banyaknya kendala bagi daerah dalam penyelenggaraan lembaga penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, seperti komitmen daerah serta peran daerah dalam pembiayaan dan penguatan sumber daya manusia (SDM) lembaga tersebut. Selain itu, semakin tinggi dan beragamnya bentuk aktivitas digital masyarakat memerlukan dukungan indikator sasaran yang lebih terkini untuk menjawab kebutuhan konsumen. Berbagai isu baru terkait perlindungan konsumen juga perlu menjadi perhatian Pemerintah, yaitu di antaranya perlindungan data konsumen, perlindungan konsumen lintas batas, dan sistem penyelesaian sengketa alternatif yang dirasakan semakin dibutuhkan. Selain itu, sektor prioritas dalam perlindungan konsumen juga perlu diperluas untuk menjawab kebutuhan terkini masyarakat.

Atas berbagai pertimbangan tersebut di atas serta untuk memastikan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang sinergis, harmonis, terintegrasi, dan komprehensif dalam rangka menciptakan ekosistem perlindungan konsumen yang inklusif dan merata untuk mencapai konsumen berdaya menuju konsumen sejahtera, maka Pemerintah kembali menyusun STRANAS-Perlindungan Konsumen untuk tahun 2024.

BAB II . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 4 -

## BAB II

### AMANAT RENCANA PEMBANGUNAN JANGKA MENENGAH NASIONAL TAHUN 2020 – 2024

Indonesia memiliki visi untuk menjadi negara dengan PDB terbesar kelima pada tahun 2045. Pencapaian visi tersebut mensyaratkan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,7% (lima koma tujuh persen) per tahun, dari tahun 2020–2045. Namun demikian, pandemi COVID-19 telah menyebabkan kontraksi pertumbuhan ekonomi selama 4 (empat) kuartal berturut-turut sejak triwulan II-2020, sehingga membutuhkan perubahan skenario pertumbuhan menjadi 6,0% (enam koma nol persen) per tahun agar dapat lepas dari *middle income trap* sebelum 100 (seratus) tahun kemerdekaan Republik Indonesia. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi tersebut dibutuhkan transformasi ekonomi sebagai *game changer*, dengan penekanan pada 6 (enam) strategi besar yang meliputi: (1) SDM Berdaya Saing; (2) Produktivitas Sektor Ekonomi; (3) Ekonomi Hijau; (4) Transformasi Digital; (5) Integrasi Ekonomi Domestik (*Economic Powerhouse*); serta (6) Pemindahan Ibu Kota Negara.

RPJMN 2020 – 2024 merupakan titik tolak untuk mencapai sasaran pada Visi 2045. Dalam RPJMN 2020–2024, perlindungan konsumen diamanatkan untuk mendukung agenda pertumbuhan ekonomi yang berkualitas dan berkeadilan, khususnya melalui penguatan permintaan domestik. Selama tahun 2020–2024, konsumsi masyarakat diharapkan tumbuh rata-rata sebesar 5,4% (lima koma empat persen) sampai dengan 5,6% (lima koma enam persen) per tahun. Untuk itu diperlukan konsumsi masyarakat yang berkualitas melalui kebijakan perlindungan konsumen yang efektif dalam rangka pemenuhan hak dan kewajiban konsumen.

Untuk mewujudkan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang efektif dibutuhkan dukungan dari seluruh agenda pembangunan lainnya. Pembangunan SDM dan revolusi mental diharapkan dapat menciptakan konsumen yang berdaya, produsen dan pelaku usaha yang bertanggung jawab, serta aparat Pemerintah yang mampu melaksanakan pengawasan secara efektif. Pembangunan infrastruktur berbasis kewilayahan diperlukan untuk mendukung ketersediaan barang dan/atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen di seluruh Indonesia secara merata. Penguatan pelayanan publik diharapkan dapat menghasilkan peraturan perundang-undangan dan kelembagaan yang mendukung pemantapan sistem hukum dan optimalisasi penyelenggaraan perlindungan konsumen. Selain itu, kebijakan perlindungan konsumen juga perlu memperhatikan lingkungan hidup dalam rangka mendukung konsumsi yang berkelanjutan. Kerangka pikir perlindungan konsumen dalam 7 (tujuh) agenda pembangunan RPJMN 2020–2024 secara spesifik diterjemahkan pada Gambar 2.1.

Gambar 2.1. Kerangka . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 5 -

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Perlindungan Konsumen dalam Agenda Pembangunan RPJMN 2020–2024



RPJMN 2020 – 2024 juga memberikan perhatian khusus pada aspek perlindungan konsumen yang terkait dengan: (1) kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen serta penguatan SDM dalam era Revolusi Industri 4.0 dan Ekonomi Digital; (2) peningkatan industri halal; (3) penumbuhan budaya konsumen cerdas dan cinta produk dalam negeri; serta (4) optimalisasi peran lembaga alternatif penyelesaian sengketa dan pemanfaatan teknologi informasi di bidang hukum dan peradilan.

BAB III . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA  
- 6 -

### BAB III

#### KONDISI PERLINDUNGAN KONSUMEN

##### 3.1 Hasil Evaluasi Strategi Nasional Perlindungan Konsumen Tahun 2017-2019

Evaluasi Strategi Nasional Perlindungan Konsumen Tahun 2017-2019 menggunakan metode *gap analysis* yang berfokus pada analisis perbandingan antara pencapaian sasaran dengan target yang ditetapkan. Dari hasil evaluasi diketahui bahwa hingga akhir pelaksanaan periode pertama STRANAS-Perlindungan Konsumen di tahun 2019, dari 65 (enam puluh lima) indikator sasaran yang ditetapkan, sebanyak 48 (empat puluh delapan) indikator sasaran atau sebesar 73,8% (tujuh puluh tiga koma delapan persen) sudah melampaui target. Pencapaian indikator sasaran untuk setiap pilar dan sektor ditampilkan pada Gambar 3.1.

Gambar 3.1.

Pencapaian Indikator Sasaran Stranas Perlindungan Konsumen Tahun 2017–2019 per Pilar dan Sektor Prioritas



Sumber: Laporan Evaluasi Strategi Nasional Perlindungan Konsumen Tahun 2017 – 2019

Pada Pilar 1 (Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah), sasaran terkait pemetaan kesesuaian regulasi dan kebijakan serta peningkatan kapasitas SDM Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sudah melampaui target. Sasaran terkait amandemen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal sampai akhir tahun 2019 masih belum terlaksana karena masih perlu koordinasi dan pembahasan antar kementerian/lembaga/instansi terkait. Selain itu, sasaran lain yang tidak tercapai adalah terkait peningkatan kapasitas SDM lembaga penyelesaian sengketa sektor keuangan serta tingkat keaktifan LPKSM dalam melakukan program edukasi perlindungan konsumen.

Pada . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 7 -

Pada Pilar 2 (Peningkatan Keberdayaan Konsumen), 5 (lima) dari 6 (enam) indikator sudah memenuhi target yaitu: (i) Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK); (ii) terintegrasinya isu perlindungan konsumen dalam kurikulum Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD); (iii) tersedianya informasi terkait perlindungan konsumen di pendidikan dasar dan menengah; (v) tersedianya informasi perlindungan konsumen melalui aplikasi *widget*; serta (vi) tersedianya *website* perlindungan konsumen secara *online*. Sedangkan indikator (iv) jumlah lembaga/satuan pendidikan masyarakat yang menyelenggarakan pendidikan perlindungan konsumen kepada orang tua/keluarga, baru mencapai 88,1% (delapan puluh delapan koma satu persen) dari target, yaitu baru terdapat 77.015 (tujuh puluh tujuh ribu lima belas) lembaga/satuan pendidikan dari target STRANAS-Perlindungan Konsumen sebanyak 87.417 (delapan puluh tujuh ribu empat ratus tujuh belas) lembaga/satuan pendidikan.

Ke depan, upaya peningkatan keberdayaan konsumen perlu semakin ditingkatkan melalui penyelenggaraan edukasi konsumen yang lebih efektif dan masif serta menjangkau seluruh kelompok masyarakat. Selain itu, diperlukan penyamaan persepsi terkait konten perlindungan konsumen antar kementerian/lembaga agar materi edukasi yang digunakan oleh berbagai kementerian/lembaga dapat tetap sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang salah satunya dapat dilakukan melalui penyelenggaraan forum koordinasi perlindungan konsumen secara reguler. Portal nasional perlindungan konsumen yang saat ini sudah tersedia pun perlu terus dikembangkan dan disosialisasikan kepada masyarakat agar pemanfaatannya lebih meningkat.

Pada Pilar 3 (Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha), beberapa sektor prioritas telah mampu mencapai seluruh indikator sasaran yang telah ditetapkan, seperti sektor jasa telekomunikasi, sektor keuangan, dan sektor perumahan. Sementara indikator sasaran yang paling sedikit capaiannya ada pada sektor *e-commerce*, padahal aktivitas belanja *online* dan ekonomi digital di Indonesia diperkirakan semakin masif di masa pandemi dan setelahnya. Untuk itu, beberapa sasaran yang capaiannya masih di bawah target dapat dipertimbangkan untuk diperkuat pada periode berikutnya dengan terobosan inovasi dan kegiatan yang lebih berkualitas serta berorientasi manfaat bagi masyarakat. Sementara indikator yang sudah tercapai dapat digunakan kembali sesuai dengan urgensi dan perkembangan isu perlindungan konsumen di periode yang akan datang.

### 3.2 Kondisi Terkini dan Isu Baru Perlindungan Konsumen

#### 3.2.1 Konsumen

Di era sekarang ini, kebutuhan masyarakat dari tahun ke tahun selalu meningkat. Oleh karena masyarakat adalah konsumen, maka perlindungan konsumen menjadi suatu isu yang sangat penting bagi masyarakat . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

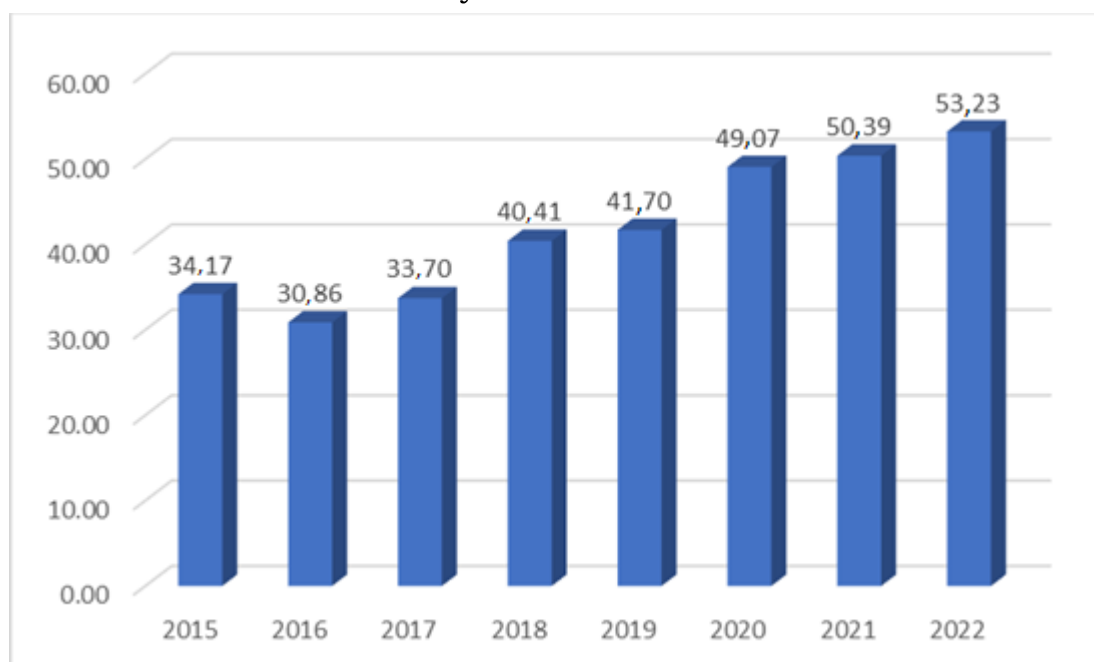
- 8 -

masyarakat. Kondisi terkini perlindungan konsumen akan menjadi dasar bagi kepentingan perlindungan konsumen untuk menata upaya yang masih perlu dilakukan untuk mencapai konsumen yang sejahtera. Kesejahteraan konsumen tercapai bila konsumen berdaulat, barang tersedia pada harga dan kualitas yang kompetitif, barang yang dikonsumsi tidak berbahaya bagi konsumen, dan konsumen dapat memperoleh kompensasi bila terjadi kelalaian produsen yang berakibat buruk bagi konsumen.

Untuk menciptakan konsumen yang berdaulat diperlukan konsumen berdaya. Konsumen yang berdaya adalah konsumen yang sadar dan mengetahui akan haknya sebagai konsumen, kewajiban produsen, serta peraturan perundangan-undangan yang mengatur hak dan kewajiban ini. Konsumen berdaya juga adalah konsumen yang mempunyai keahlian untuk melindungi dirinya waktu memilih dan mengonsumsi barang. Selain itu konsumen yang berdaya akan secara aktif berpartisipasi untuk melindungi dirinya dan kelompok konsumen dengan berasosiasi dan berbagi pengalaman, serta memengaruhi kebijakan yang akan memengaruhi kepentingan konsumen.

Kementerian Perdagangan menggunakan Indeks Keberdayaan Konsumen untuk mengukur tingkat keberdayaan konsumen Indonesia. Hasil survei yang dilakukan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Indeks Keberdayaan Konsumen sudah mencapai konsumen MAMPU, yaitu 53,23 (lima puluh tiga koma dua tiga), capaian tersebut mengalami peningkatan dari tahun 2021 sebesar 50,39 (lima puluh koma tiga sembilan).

Gambar 3.2.  
Indeks Keberdayaan Konsumen Indonesia



Sumber: Kementerian Perdagangan

Hasil . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 9 -

Hasil survei menunjukkan bahwa saat ini dimensi kecenderungan untuk berbicara dan perilaku komplain mempunyai nilai terendah. Untuk perilaku komplain tingkat keberdayaan konsumen masih berada pada tingkat PAHAM, sementara untuk kecenderungan berbicara sudah mencapai tingkat MAMPU. Tingkat pemahaman dan kesadaran konsumen mengenai peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen sudah mencapai tingkat MAMPU namun masih tertinggal dibandingkan dengan dimensi-dimensi keterampilan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun pemahaman konsumen Indonesia dan kewajibannya masih tertinggal, tetapi mereka cukup terampil dalam memilih barang yang akan mereka konsumsi. Namun, keberdayaan konsumen untuk secara kolektif melindungi dirinya dengan berbagi informasi serta memperjuangkan haknya apabila dilanggar masih rendah dan perlu ditingkatkan. Untuk itu program-program untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap proses penyelesaian sengketa, serta meningkatkan efektifitas lembaga penyelesaian sengketa sangat penting untuk meningkatkan keberdayaan konsumen guna mencapai konsumen sejahtera.

Menurut survei ini dimensi kesadaran konsumen yang masih perlu ditingkatkan adalah kesadaran mengenai program-program pendidikan dan advokasi konsumen. Selain itu pengenalan organisasi serta asosiasi perlindungan konsumen serta pemahaman tentang peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan tanggung jawab produsen juga masih rendah. Konsumen Indonesia juga belum memahami dengan baik mekanisme untuk mendapatkan ganti rugi apabila terjadi pelanggaran atas haknya, sehingga mereka tidak percaya diri untuk memperjuangkan hak mereka apabila pelanggaran ini terjadi. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan efektivitas serta sosialisasi program-program pendidikan dan advokasi konsumen baik oleh Pemerintah maupun oleh LPKSM. Dalam kaitan ini penting sekali untuk mendorong dan membantu konsumen untuk membentuk LPKSM yang berkualitas serta pemerataan jumlah LPKSM di seluruh Indonesia.

Tingkat keberdayaan konsumen juga sangat ditentukan oleh jumlah dan kualitas LPKSM. Keberdayaan konsumen untuk berperilaku memperjuangkan kepentingannya hanya akan efektif kalau dilakukan secara kolektif melalui asosiasi konsumen dan LPKSM. Sampai dengan tahun 2022 jumlah LPKSM yang secara resmi terdaftar dan diakui oleh Pemerintah adalah sebanyak 695 (enam ratus sembilan puluh lima) LPKSM, yang sebagian besar berada di Pulau Jawa. Sebagian besar kabupaten dan kota di luar Jawa tidak memiliki LPKSM, bahkan masih ada 3 (tiga) provinsi yang belum memiliki LPKSM yaitu Provinsi Kalimantan Utara, Maluku Utara, dan Papua. Selain itu, sebagian dari LPKSM yang terdaftar tidak aktif mengadakan program-program pendidikan serta advokasi kepentingan konsumen. Pada saat ini hanya ada 3 (tiga) LPKSM

Indonesia . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 10 -

Indonesia yang menjadi anggota dari Consumers International, yaitu asosiasi LPKSM internasional terbesar yang beranggotakan lebih dari 200 (dua ratus) LPKSM dari 100 (seratus) negara. Masih lemahnya LPKSM di Indonesia berdampak pada keberdayaan konsumen sehingga diperlukan upaya-upaya yang lebih terstruktur dan efektif untuk membantu peningkatan kapasitas serta sumber daya LPKSM.

Mengingat bahwa keberdayaan konsumen merupakan elemen yang sangat penting untuk mencapai konsumen sejahtera, maka perbaikan dalam berbagai elemen dari tiga dimensi perlindungan konsumen (kesadaran, pengetahuan, dan perilaku) akan mendapat perhatian dalam Pilar 1 (Peningkatan Efektifitas Peran Pemerintah dan Lembaga) dan Pilar 2 (Peningkatan Keberdayaan Konsumen) dalam STRANAS-Perlindungan Konsumen.

### 3.2.2 Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) merupakan *advisory body* yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. BPKN bertanggung jawab langsung kepada Presiden dengan fungsi utama memberikan rekomendasi saran dan pertimbangan kepada Pemerintah mengenai kebijakan yang berkaitan dengan dan mempunyai dampak terhadap perlindungan konsumen. Dengan demikian tugas dari BPKN akan berkontribusi terhadap keempat elemen dari konsumen sejahtera.

Dalam melaksanakan tugasnya saat ini Komisioner BPKN yang berjumlah 19 (sembilan belas) orang dibantu oleh Sekretariat yang sebagian menangani administrasi dan lainnya membantu substansi komisi. Komisioner BPKN terdiri dari 5 (lima) unsur yaitu Pemerintah, Pelaku Usaha, LPKSM, Akademisi, dan Tenaga Ahli. Jumlah rekomendasi yang diberikan kepada Pemerintah rata-rata sebanyak kurang lebih 20 (dua puluh) rekomendasi per tahun, dan sebagian sudah ditindaklanjuti oleh Pemerintah.

Dalam melaksanakan tugasnya, BPKN didukung dengan APBN, yang sampai saat ini masih menyatu pada Kementerian Perdagangan. BPKN perlu dilengkapi dengan sumber daya yang memadai untuk melaksanakan tugas dan fungsinya agar dapat berperan lebih efektif untuk membantu menciptakan ekosistem yang lebih kondusif untuk mencapai konsumen sejahtera.

3.2.3 Badan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 11 -

### 3.2.3 Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berperan untuk membantu penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, menerima pengaduan konsumen, serta memantau penggunaan klausula baku. Peran utama dari BPSK adalah untuk memfasilitasi tercapainya elemen keempat dari kesejahteraan konsumen, yaitu membantu konsumen mendapatkan kompensasi atas kelalaian produsen.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, BPSK dibentuk di setiap kabupaten/kota dan dibiayai dari APBD kabupaten/kota. Namun sejak berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, kewenangan perlindungan konsumen yang semula ada di kabupaten/kota beralih menjadi kewenangan provinsi, oleh karena itu maka pembentukan BPSK juga menjadi kewenangan provinsi.

Pada tahun 2022 telah terbentuk sebanyak 186 (seratus delapan puluh enam) BPSK di Indonesia yang tersebar di 32 (tiga puluh dua) provinsi. Terdapat 171 (seratus tujuh puluh satu) BPSK dibentuk melalui Keputusan Presiden dan 15 (lima belas) BPSK dibentuk melalui Keputusan Gubernur. Namun gambaran di atas tidak sepenuhnya menunjukkan jumlah BPSK yang operasional tiap tahunnya. Dari jumlah BPSK tersebut, pada tahun anggaran 2022 hanya terdapat 70 (tujuh puluh) BPSK yang dianggarkan operasionalnya dan 116 (seratus enam belas) BPSK yang tidak mendapatkan anggaran sehingga tidak beroperasi. Lebih lanjut saat ini masih terdapat 2 (dua) provinsi yang belum memiliki BPSK yaitu Provinsi Sulawesi Barat dan Provinsi Papua Barat, sehingga perlu didorong pembentukannya.

Permasalahan yang dihadapi oleh BPSK belum banyak berubah hingga saat ini, di antaranya adalah keterbatasan kapasitas anggota BPSK dan sekretariat BPSK, tidak memadainya pendanaan BPSK, serta keterbatasan sarana dan prasarana BPSK. Untuk membentuk BPSK di sebuah kabupaten/kota diperlukan komitmen dari Pemerintah Daerah provinsi dan DPRD provinsi dalam pendanaan yang berasal dari APBD. Perlu anggaran yang memadai dan berkelanjutan dari Pemerintah Daerah agar BPSK dapat memperoleh dan mempertahankan SDM yang berkualitas dalam rangka melaksanakan tugas-tugasnya.

Keterbatasan ini pada akhirnya tercermin dari jumlah sengketa yang dapat ditangani oleh BPSK. Dibandingkan dengan tahun 2017 tidak terdapat penambahan yang berarti dalam jumlah kasus yang ditangani oleh BPSK sampai dengan tahun 2022. Penyelesaian sengketa yang ditangani oleh BPSK tidak merata karena kemampuan penyelesaian sengketa konsumen di tiap daerah berbeda. Selain itu, kapasitas BPSK untuk menerima pengaduan dan penyelesaian sengketa juga masih rendah.

Permasalahan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 12 -

Permasalahan lain yang dihadapi adalah bahwa eksekusi dari putusan BPSK harus melalui pengadilan negeri meskipun putusan BPSK bersifat final dan mempunyai kekuatan hukum yang tetap. Hal tersebut mengakibatkan proses penyelesaian sengketa membutuhkan waktu yang lebih lama dan menimbulkan konsekuensi pengeluaran biaya. Selain itu, banyak putusan BPSK yang diajukan keberatan ke Mahkamah Agung dan dari putusan yang diajukan keberatan tersebut sebagian dibatalkan oleh Mahkamah Agung.

Dari data tahun 2017 – 2022, jenis sengketa barang yang paling banyak ditangani oleh BPSK adalah sektor perumahan, diikuti oleh sektor elektronik dan makanan. Pengaduan di sektor perumahan mencapai 62% (enam puluh dua persen) dari seluruh pengaduan dan sengketa jenis barang yang masuk ke BPSK. Sementara itu untuk sektor jasa sebagian besar sengketa yaitu sekitar 80% (delapan puluh persen) adalah sengketa di sektor keuangan dengan nilai di bawah Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Tabel 3.1. Jenis . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 13 -

Tabel 3.1. Jenis Sengketa Barang yang Ditangani oleh BPSK, 2017 – 2022

Tahun	Makan dan Minuman	Elektronik	Perumahan/ Properti	Bahan Bakar/Gas	Kosmetik/Obat	Sandang	SPBU	Lain-Lain	Total
2017	24	13	104	12	6	3	4	13	179
2018	29	15	188	9	3	6	5	36	291
2019	9	95	130	0	0	6	2	35	277
2020	47	39	151	3	4	8	0	18	270
2021	16	10	289	17	8	3	3	19	365
2022*	36	19	130	5	6	4	0	28	228

Sumber: Kementerian Perdagangan

Tabel 3.2. Jenis . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

- 14 -

Tabel 3.2. Jenis Sengketa Jasa yang Ditangani oleh BPSK, 2017 - 2022

Tahun	PLN	PDAM	Keuangan	Telekomunikasi	Transportasi	Jasa Pengiriman	Kesehatan	Perparkiran	Lain-Lain	Total
2017	34	12	482	3	9	8	17	1	22	588
2018	28	6	746	9	8	10	9	10	40	866
2019	35	5	634	14	17	8	2	5	52	772
2020	43	11	527	17	12	11	12	7	133	773
2021	45	19	1005	50	8	10	10	4	103	1254
2022*	21	17	494	3	7	11	7	2	20	582

*Sumber: Kementerian Perdagangan*

\*Keterangan:

Data penyelesaian sengketa konsumen tahun 2022 yang direkapitulasi dari 38 (tiga puluh delapan) BPSK yang menyampaikan laporan.

Tabel 3.2.4 Isu . . .



PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA

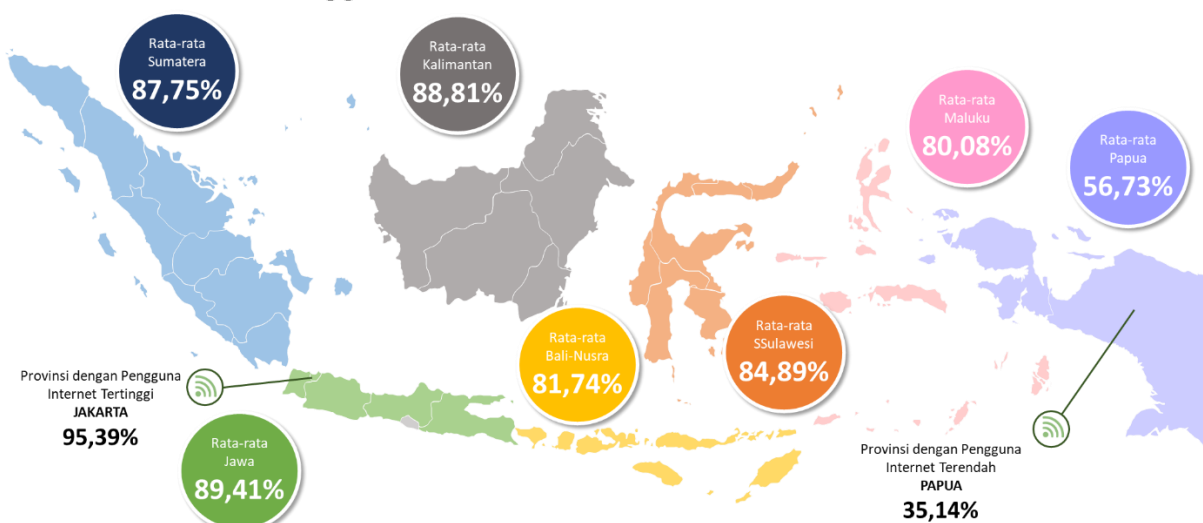
- 15 -

### 3.2.4 Isu Terbaru Perlindungan Konsumen

Isu terbaru perlindungan konsumen adalah terkait transaksi secara digital. Komunikasi *broadband* dan layanan Internet memainkan peran yang semakin meningkat dalam kehidupan sehari-hari di Indonesia. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan internet juga telah membawa perubahan struktural terhadap cara masyarakat melakukan transaksi dan perdagangan, dimana perdagangan melalui sistem elektronik menggantikan perdagangan temu muka. Pergeseran dari transaksi dan perdagangan tradisional dengan temu muka ke perdagangan menggunakan sistem elektronik melalui internet terjadi sangat pesat dalam sepuluh tahun terakhir.

Menurut Statistik Telekomunikasi Indonesia tahun 2022 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), kepemilikan akses internet di rumah tangga Indonesia mencapai 86,54% (delapan puluh enam koma lima empat persen) pada tahun 2022, meningkat dibandingkan dengan tahun 2021 yang mencapai 82,07% (delapan puluh dua koma nol tujuh persen). Berdasarkan klasifikasi pulau, rata-rata kepemilikan akses internet tertinggi adalah di Pulau Jawa yaitu sebesar 89,41% (delapan puluh sembilan koma empat satu persen), sedangkan yang terendah adalah di Pulau Papua yaitu sebesar 56,73% (lima puluh enam koma tujuh tiga persen). Berdasarkan klasifikasi provinsi, kepemilikan akses internet tertinggi adalah di DKI Jakarta yaitu sebesar 95,39% (sembilan puluh lima koma tiga sembilan persen), sedangkan yang terendah adalah di Papua yaitu sebesar 35,14% (tiga puluh lima koma satu empat persen).

Gambar 3.3.  
Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022



Sumber: Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022,  
Badan Pusat Statistik

Berdasarkan . . .

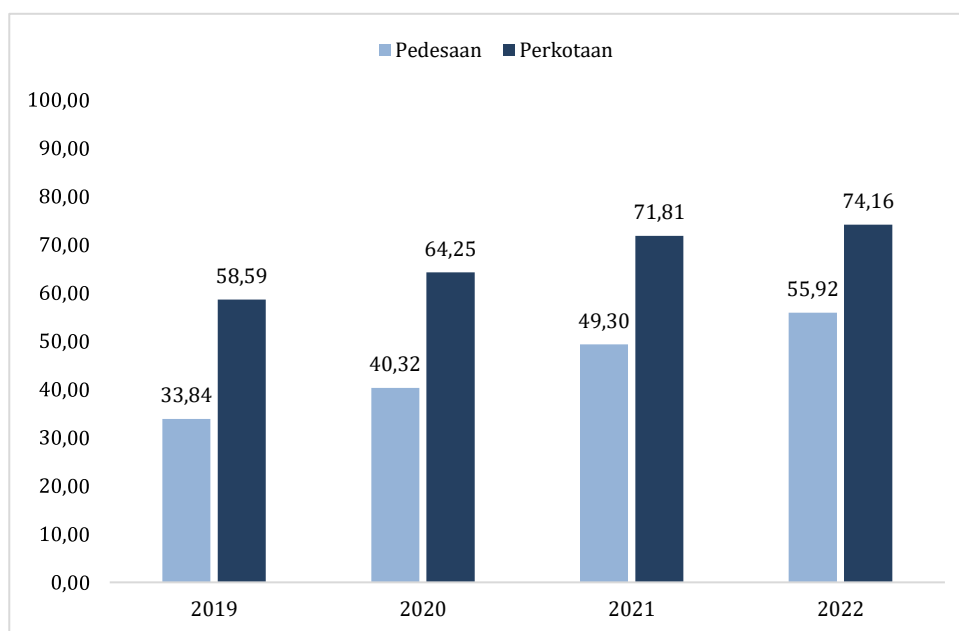


**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 16 -

Berdasarkan klasifikasi pedesaan dan perkotaan, pertumbuhan penggunaan internet di pedesaan lebih tinggi dibandingkan di perkotaan sehingga mendorong perbedaan yang semakin kecil antara penggunaan internet di pedesaan dan di perkotaan. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran pengguna internet di Indonesia semakin merata, yang dimungkinkan oleh bertambah baiknya infrastruktur telekomunikasi seluler di Indonesia dimana sebesar 74,14% (tujuh puluh empat koma satu empat persen) penduduk Indonesia di perkotaan mempunyai akses terhadap internet dan 55,92% (lima puluh lima koma sembilan dua persen) penduduk Indonesia di pedesaan mempunyai akses terhadap internet.

Gambar 3.4.  
Pengguna Internet Menurut Klasifikasi Daerah



Sumber: Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022,  
Badan Pusat Statistik

Penggunaan internet untuk pembelian barang/jasa masih relatif kecil dibandingkan untuk mendapat informasi berita, media sosial, dan hiburan. Menurut data dari BPS hanya 16,51% (enam belas koma lima satu persen) pengguna internet yang menggunakannya untuk pembelian barang/jasa. Namun demikian, berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, menunjukkan bahwa pada tahun 2022 penggunaan internet untuk *e-commerce* sangat besar ditunjukkan oleh kontribusi sektor *e-commerce* Indonesia sebesar USD 59 Miliar atau setara 76% (tujuh puluh enam persen) terhadap nilai ekonomi digital Indonesia. Nilai ini diproyeksikan akan terus mengalami peningkatan mencapai USD 130 Miliar di tahun 2025 seiring dengan semakin meningkatnya penggunaan internet untuk *e-commerce*.

Data . . .



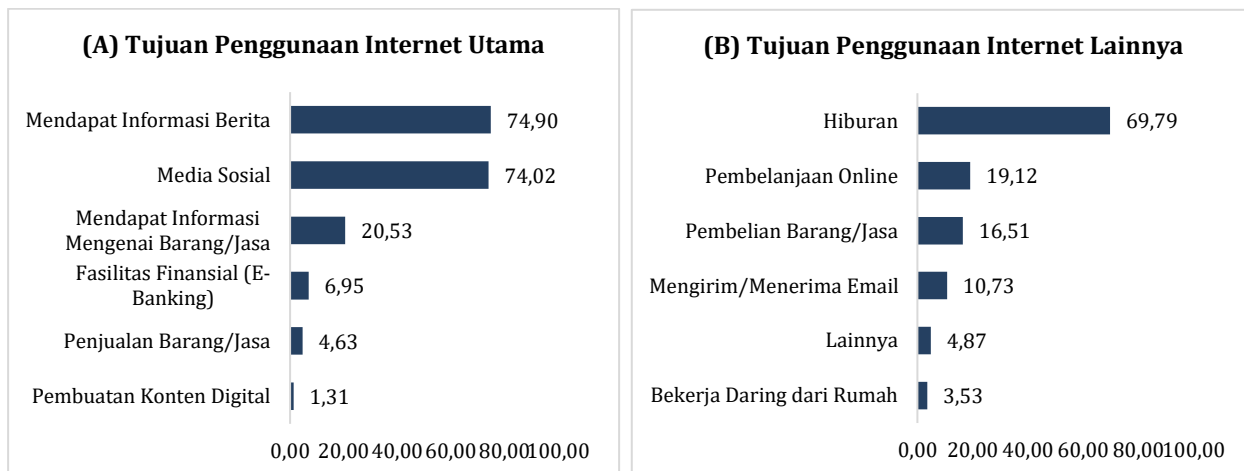
**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 17 -

Data dari BPS juga menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna internet adalah usia produktif yaitu berumur 19-24 tahun sebesar 14,69% (empat belas koma enam sembilan persen) dan 25-49 tahun sebesar 47,64% (empat puluh tujuh koma enam empat persen) yang umumnya sadar teknologi dan pada saat yang sama adalah kelompok yang cenderung konsumtif sehingga dapat berpotensi meningkatkan penggunaan untuk pembelian barang/jasa ke depan.

Gambar 3.5.

**Tujuan Penggunaan Internet**



Sumber: Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022,  
Badan Pusat Statistik

Penggunaan internet untuk melakukan transaksi tidak terbatas pada belanja barang secara *online*, namun telah menumbuhkan perdagangan yang sangat besar untuk jasa, seperti jasa transportasi, jasa makanan dan minuman, serta jasa pariwisata seiring dengan semakin besarnya jumlah konsumen digital di Indonesia. Besarnya jumlah konsumen digital ini tidak terlepas dari adanya pandemi COVID-19 sejak tahun 2020. Dua sektor yang mengalami peningkatan digitalisasi konsumsi sejak COVID-19 adalah sektor kesehatan dan pendidikan.

Berkembang pesatnya penggunaan internet untuk transaksi dan perdagangan telah membawa manfaat besar bagi perekonomian. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, ekonomi digital Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD 77 Miliar atau tumbuh 22% (dua puluh dua persen) dibandingkan dengan tahun 2021. Indonesia juga berhasil menjadi pemain utama dalam ekonomi digital ASEAN karena sekitar 40% (empat puluh persen) transaksi ekonomi digital ASEAN berasal dari Indonesia. Dengan semakin berkembangnya ekonomi digital ke depan dapat mendorong munculnya inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan efisiensi perusahaan, menciptakan kesempatan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Bagi konsumen, perkembangan ekonomi digital dapat menurunkan biaya transaksi, pilihan barang yang lebih banyak, dan harga yang lebih murah.

Namun . . .





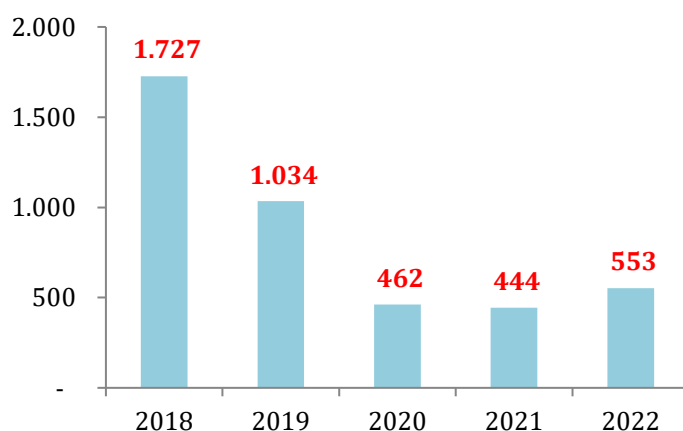
**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 18 -

Namun bersamaan dengan dampak positif ini ekonomi internet dan perdagangan melalui sistem elektronik juga menimbulkan risiko baru bagi konsumen yang berpotensi mengurangi manfaat positifnya. Karena dalam perdagangan melalui sistem elektronik tidak mempertemukan penjual dan pembeli, kemungkinan perusahaan menipu konsumen menjadi lebih besar dan lebih mudah bagi perusahaan yang berniat buruk untuk memberikan informasi yang tidak benar mengenai perusahaan maupun barang dan jasa yang mereka jual. Dalam perdagangan melalui sistem elektronik konsumen tidak bisa menilai kualitas barang yang mereka beli karena barang atau jasa baru bisa dilihat setelah transaksi terjadi, atau membandingkan kualitas barang antar perusahaan/merek. Apabila terjadi keluhan atau sengketa atas barang yang mereka beli, lebih sulit bagi konsumen untuk menelusuri alamat penjual, apalagi jika perusahaan berada di luar yurisdiksi hukum Indonesia.

Implikasi dari risiko baru ini sudah tercermin dari pergeseran dalam pengaduan serta kasus sengketa konsumen sebagaimana terlihat dari data yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan yang berkaitan dengan sektor perdagangan selain *e-commerce* antara lain terkait sektor obat dan makanan, elektronik/kendaraan bermotor, keuangan, perumahan, listrik/gas, telekomunikasi, jasa kesehatan, dan jasa transportasi.

Gambar 3.6.  
Jumlah Pengaduan Konsumen Selain *e-Commerce*



Sumber: Kementerian Perdagangan

Pengaduan . . .

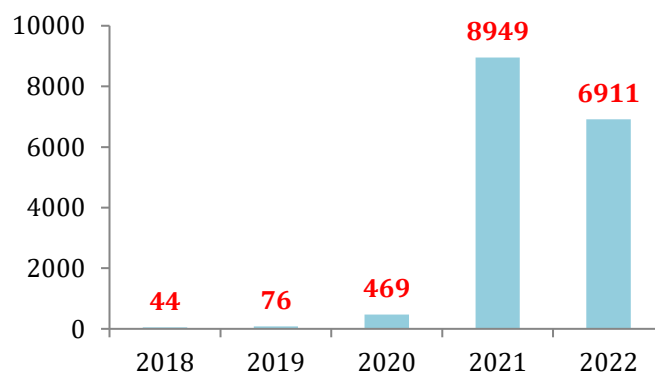


**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 19 -

Pengaduan konsumen yang berkaitan dengan sektor perdagangan melalui sistem elektronik (*e-commerce*) mengalami peningkatan yang sangat besar. Pada tahun 2022 sebagai dampak dari pandemi COVID-19 sebanyak 92,6% (sembilan puluh dua koma enam persen) dari pengaduan yang masuk ke Kementerian Perdagangan adalah pengaduan yang terkait *e-commerce*. Jenis pengaduan tertinggi yaitu terkait aplikasi/konten, makanan dan minuman, penipuan *online*, serta jenis pengaduan lainnya yaitu pakaian, elektronik, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain.

Gambar 3.7.  
Jumlah Pengaduan Konsumen *e-Commerce*



Sumber: Kementerian Perdagangan

Karena transaksi melalui sistem elektronik mempunyai karakter spesifik yang tidak ditemui pada transaksi tradisional, maka kerangka perlindungan konsumen tradisional perlu penyesuaian untuk mengakomodasi karakter ini. Dari sisi institusional juga perlu ada penyesuaian mengenai proses penyelesaian sengketa dari yang bersifat fisik menjadi yang bersifat elektronik, dari proses yang dibatasi oleh wilayah hukum menjadi lintas wilayah.

Makin maraknya penggunaan teknologi digital untuk melakukan transaksi juga membawa dampak terhadap penyelesaian sengketa. Di banyak negara telah diperkenalkan penyelesaian sengketa secara daring (*Online Dispute Resolution/ODR*), yaitu bentuk dari penyelesaian sengketa yang menggunakan teknologi untuk memfasilitasi penyelesaian sengketa antara para pihak baik melalui negosiasi, mediasi atau arbitrase, atau kombinasi dari ketiganya. ODR seringkali dilihat sebagai cara alternatif penyelesaian sengketa untuk transaksi-transaksi yang dilakukan *online*, padahal ODR lebih dari itu yaitu alternatif cara menyelesaikan perselisihan transaksi tradisional (*non-online*) yang menerapkan teknik inovatif dan teknologi *online* dalam prosesnya.

ODR . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 20 -

ODR pada dasarnya mempunyai dua fungsi, yang pertama adalah menggantikan proses yang berbasis kertas menjadi proses yang berbasis elektronik. Konsumen yang ingin melakukan pengaduan tidak perlu lagi datang secara fisik ke tempat pemrosesan pengaduan dan mengisi formulir kertas. Dengan ODR semua pengaduan bisa dilakukan secara elektronik melalui peralatan komputer atau media elektronik lainnya. Di banyak negara, termasuk di Indonesia, proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan (*e-court*), khususnya sengketa sederhana, sudah menggunakan bantuan TIK. Namun ODR sebenarnya dapat digunakan lebih dari sekadar tempat menerima pengaduan secara *online*, yakni ODR juga memproses pengaduan dan memfasilitasi komunikasi antara konsumen dan pelaku usaha yang diadukan baik dengan adanya pihak ketiga maupun tanpa adanya pihak ketiga. Perkembangan TIK telah memungkinkan penyelesaian sengketa juga dapat dilakukan oleh mesin, lebih spesifiknya oleh *Artificial Intelligence*. Penggunaan TIK untuk memproses dan menyelesaikan sengketa akan mempermudah, mempercepat, dan menurunkan biaya penyelesaian sengketa konsumen.

Pada saat ini beberapa negara telah memberlakukan ODR untuk pengaduan serta penyelesaian sengketa konsumen. Setiap negara mempunyai sistem yang berbeda walaupun prinsip-prinsip utama yang digunakan tetap sama. ASEAN merencanakan membuat ODR di skala ASEAN yang menangani perdagangan transaksi lintas batas dan transaksi komersial *online* di ASEAN. Berbeda dengan Uni Eropa yang membangun satu ODR *platform* untuk seluruh negara anggota, dalam ASEAN *Strategic Action Plan on Consumer Protection (ASAPCP) 2025*, ASEAN berencana untuk membuat “ASEAN ODR Network”, yakni *platform* yang menghubungkan ODR di setiap negara anggota.

Perkembangan ODR di Indonesia masih pada tahap awal. Beberapa ODR yang berada di bawah kendali Pemerintah (kementerian atau lembaga) telah dibuka walaupun belum semuanya beroperasi. Untuk penyelesaian sengketa melalui jalur hukum atau litigasi, dapat dilakukan melalui *e-court* yaitu *platform* yang dikembangkan untuk mendukung penyelesaian gugatan sederhana. *E-court* mempunyai kelebihan karena prosedurnya sederhana, batasan jangka waktu penyelesaian perkara yang sangat singkat, serta kepatuhan pengadilan sendiri terhadap jangka waktu yang relatif konsisten. Prosedur gugatan sederhana tersedia di seluruh peradilan umum dan peradilan agama, sehingga jangkauan masyarakat yang bisa di layani lebih besar dari jalur penyelesaian sengketa konsumen lain baik BPSK maupun Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan (LAPS SJK) yang didirikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Pada . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 21 -

Pada tahun 2012 Kementerian Perdagangan membangun sebuah Sistem Pengawasan Perlindungan Konsumen (SISWAS-PK) dimana sistem ini berbasis web. Sistem dikelola oleh Kementerian Perdagangan sebagai sarana informasi dan penanganan pengaduan konsumen yang terintegrasi secara nasional. Sejak tahun 2019 SISWAS-PK masuk dalam Portal Sistem Informasi Manajemen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (SIMPKTN), dengan nama Layanan Konsumen.

Seiring dengan perkembangan teknologi, maka Pemerintah memandang perlu untuk mengembangkan alternatif penyelesaian sengketa secara *online*/ODR yang memudahkan konsumen dan dapat menjangkau masyarakat Indonesia di seluruh pelosok tanah air dalam menyampaikan pengaduannya. Saat ini Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan sedang melakukan pengembangan sistem pengaduan *online* konsumen nasional yang terintegrasi antar kementerian dan lembaga, dimana sistem ini merupakan cikal bakal ODR nasional. Pengembangan sistem ini untuk memudahkan konsumen melakukan pengaduan dan juga menjangkau konsumen sampai ke pelosok tanah air. Pengembangan sistem ODR akan dilakukan secara bertahap, dimana saat ini masih fokus pada pengembangan pengaduan *online* yang terintegrasi antar kementerian dan lembaga, yang nantinya akan dilanjutkan pada penyelesaian sengketa. Tahun 2021 sudah dibuat rancangannya dan sudah dilakukan pembahasan awal dengan beberapa instansi terkait. Tahun 2022 akan dilakukan pengembangan sistem rancangan pengaduan *online* konsumen nasional berdasarkan rancangan yang sudah disusun tersebut, dan untuk tahap awal dengan ruang lingkup perdagangan. Tahun 2023 – 2024 implementasi Sistem Pengaduan Konsumen Nasional secara *Online* dan dilanjutkan tahun 2025 – 2030 pemantauan dan pengawasan Sistem Pengaduan Konsumen Nasional secara *Online*. Penahapan tersebut sejalan dengan *RoadMap* Pengembangan Ekonomi Digital Tahun 2021-2030.

BAB IV . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 22 -

#### BAB IV

### ARAH KEBIJAKAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Berdasarkan kondisi dan permasalahan yang telah diidentifikasi pada Bab sebelumnya, terdapat beberapa isu strategis yang perlu ditangani untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang konsumen yang sejahtera. Untuk memitigasi isu strategis tersebut diperlukan upaya bersama yang melibatkan multi pihak di tingkat pusat dan daerah, termasuk juga pelaku usaha. Dengan demikian akan tercipta ekosistem perlindungan konsumen yang kondusif untuk penyelenggaraan perlindungan konsumen yang lebih sinergis, harmonis, dan terintegrasi.

#### 4.1. Isu Strategis

Berikut ini adalah isu-isu strategis yang terkait dengan tiga pilar perlindungan konsumen yang perlu mendapat perhatian dalam strategi nasional ini.

##### 4.1.1. Pilar Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga

Isu strategis yang perlu mendapat perhatian dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia adalah:

##### (1) Isu lembaga penyelesaian sengketa

Masih terbatasnya lembaga penyelesaian sengketa konsumen di seluruh kabupaten/kota untuk melayani penyelesaian sengketa yang murah, mudah, dan efektif mencerminkan belum optimalnya dukungan beberapa Pemerintah Daerah dalam penyelenggaraan lembaga penyelesaian sengketa, termasuk dalam hal penyediaan infrastruktur, penyediaan dana yang berkelanjutan untuk mendukung operasional, serta penyediaan SDM pendukung yang memadai. Ketersediaan anggota lembaga penyelesaian sengketa di bidang hukum perlindungan konsumen pun masih terbatas, khususnya di kabupaten yang tertinggal. Selain itu, kewenangan dan kekuatan putusan BPSK beserta eksekusinya perlu diperkuat melalui kerangka hukum agar lebih memberikan kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha.

(2) Isu . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 23 -

(2) Isu Kemetrologian di daerah

Komitmen Pemerintah Daerah dalam metrologi legal belum dituangkan dalam program kerja yang sinergi dengan program konsumen yang diluncurkan oleh Pemerintah Pusat, penyediaan infrastruktur, penyediaan anggaran yang berkelanjutan, dan penyediaan SDM yang mendukung pelaksanaan perlindungan konsumen termasuk terkait tertib ukur baik SDM aparatur maupun SDM non-aparatur. Untuk Isu tertib ukur, komitmen Pemerintah dalam pembentukan unit-unit metrologi legal di daerah belum optimal sebagaimana tugas dan tanggung jawab dalam implementasi Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang.

(3) Isu sistem penyelesaian sengketa konsumen alternatif secara *online*

- a. Belum terintegrasinya sistem pengaduan *online* yang sudah ada saat ini sehingga belum ada *bank data* pengaduan konsumen yang dapat digunakan secara bersama oleh Pemerintah untuk formulasi kebijakan perlindungan konsumen yang lebih menyeluruh dan memberikan manfaat langsung bagi masyarakat luas;
- b. Belum tersedianya fasilitas penyelesaian sengketa secara *online*, termasuk kesiapan SDM dan sistem (proses bisnis) penyelenggara penyelesaian sengketa *online* yang ke depannya akan semakin dibutuhkan; dan
- c. Belum meratanya jaringan internet di beberapa wilayah yang dapat menyulitkan proses koneksi lembaga penyelesaian sengketa.

(4) Isu inklusifitas dan pemerataan

Peraturan perundang-undangan belum memfasilitasi kebutuhan konsumen difabel.

(5) Isu . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 24 -

- (5) Isu terkait peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen
  - a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundangan lain yang terkait dengan perlindungan konsumen seperti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang masih mempunyai beberapa kelemahan untuk menangani isu terbaru perlindungan konsumen di bidang digital; dan
  - b. Belum efektifnya keterlibatan masyarakat dalam perumusan kebijakan perlindungan konsumen. BPKN yang bertugas sebagai *advisory body* Pemerintah dan mewakili kepentingan konsumen belum dapat berperan optimal melaksanakan fungsinya mengembangkan dan memantau pelaksanaan kebijakan perlindungan konsumen karena keterbatasan sumber daya.
- (6) Pelaksanaan pengawasan perlindungan konsumen yang belum maksimal, tercermin dari masih banyaknya kasus pelanggaran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di masyarakat.

#### 4.1.2. Pilar Keberdayaan Konsumen

Hasil survei Indeks Keberdayaan Konsumen Indonesia menunjukkan bahwa tingkat keberdayaan konsumen Indonesia masih relatif rendah, walaupun skornya bertambah baik setiap tahun. Beberapa isu strategis terkait keberdayaan konsumen di antaranya adalah:

- (1) Isu terkait program pemberdayaan konsumen
  - a. Program edukasi dan sosialisasi perlindungan konsumen belum menjangkau seluruh konsumen secara luas akibat belum optimalnya penyebaran informasi kepada konsumen melalui media elektronik dan digital masal, sehingga pengetahuan konsumen tentang peraturan perlindungan konsumen dan program-program Pemerintah terkait perlindungan konsumen masih rendah;

b. Nilai . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 25 -

- b. Nilai-nilai perlindungan konsumen belum terinternalisasi ke dalam kurikulum pendidikan, baik di tingkat dasar maupun menengah, untuk mendidik kesadaran konsumen sejak usia dini; dan
- c. Masih lemahnya perilaku konsumen untuk berbagi informasi dan pengalaman serta memperjuangkan hak-haknya.

(2) Isu terkait konsumen dan LPKSM

- a. Sebagian besar LPKSM belum aktif dan berkompotensi melakukan advokasi kepentingan konsumen seperti melakukan pendidikan konsumen, dan bertindak atas nama konsumen untuk melakukan *class action* saat diperlukan; dan
- b. Tidak tersedianya/belum efektifnya kanal penghimpun suara konsumen.

4.1.3. Pilar Kepatuhan Pelaku Usaha

- (1) Tingkat kepatuhan pelaku usaha di beberapa sektor strategis masih rendah dan pengawasannya belum optimal karena luasnya jangkauan wilayah dan produk, termasuk yang terkait dengan klausula baku.
- (2) Isu terkait penggunaan teknologi digital dalam transaksi
  - a. Belum selesainya penyusunan peraturan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi; dan
  - b. Masih belum optimalnya pengawasan terhadap penyedia jasa layanan keuangan elektronik (*fintech*).
- (3) Isu terkait tertib ukur dan industri halal

Kesadaran akan tertib ukur di masyarakat masih rendah, begitu juga kepatuhan pelaku usaha untuk menerakan/meneraulangkan alat ukur, alat takar, alat timbang, dan alat perlengkapan yang digunakan dalam transaksi perdagangan termasuk dalam transaksi energi. Selain itu, kesadaran pelaku usaha pengemas/produsen barang-barang dalam keadaan terbungkus masih rendah untuk memastikan bahwa kuantitas barang sesuai dengan yang tercantum pada label.
- (4) Isu terkait tingkat persaingan usaha

Tingkat persaingan usaha di beberapa sektor strategis masih berada pada level moderat, sehingga berpotensi menurunkan kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan/atau jasa pada harga yang kompetitif.

4.2. Arah . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 26 -

#### 4.2. Arah Kebijakan

Sebagaimana dinyatakan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, terciptanya masyarakat sejahtera merupakan salah satu tujuan pembangunan Indonesia. Terkait dengan perlindungan konsumen, konsumen merupakan bagian dari masyarakat itu sendiri dimana dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan 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. Sehingga, sejalan dengan tujuan pembangunan untuk menciptakan masyarakat sejahtera, kebijakan serta upaya-upaya perlindungan konsumen perlu diarahkan untuk mendorong konsumen menjadi sejahtera di Indonesia.

Kesejahteraan konsumen perlu menjadi bagian dari strategi nasional pembangunan ekonomi Indonesia. Sebagaimana diketahui bersama, konsumsi rumah tangga merupakan salah satu penopang utama perekonomian Indonesia. Dengan konsumen yang sejahtera, konsumen akan lebih yakin dalam berkonsumsi sehingga dapat menopang dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pertumbuhan ekonomi. Secara konseptual, konsumen sejahtera tercapai apabila konsumen dapat:

- 1) berdaulat, yakni konsumen memiliki akses untuk memperoleh informasi yang benar dan memilih berbagai pilihan barang dan jasa yang tersedia sesuai dengan yang diinginkannya tanpa dikekang;
- 2) berada pada struktur pasar persaingan usaha yang kompetitif, yakni konsumen memperoleh barang dan jasa sesuai dengan jumlah dan kualitas yang diinginkan pada harga yang kompetitif;
- 3) memperoleh barang dan jasa yang berstandar untuk melindungi konsumen, yakni dengan kepastian bahwa barang dan jasa yang dikonsumsinya tidak berbahaya bagi keselamatan dan kesehatan badan serta mentalnya; dan
- 4) memperoleh akses untuk penyelesaian sengketa, yakni penanganan pengaduan dan kompensasi dari produsen atau pengusaha atas kesalahan atau kecerobohan memproduksi atau menjual barang dan jasa.

Sejalan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 27 -

Sejalan dengan tujuan tersebut, kebijakan perlindungan konsumen tahun 2024 diarahkan untuk menciptakan ekosistem perlindungan konsumen yang akan meningkatkan keberdayaan konsumen melalui pendidikan konsumen, inklusifitas, internalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen, peningkatan daya saing perekonomian, peningkatan kepatuhan pelaku usaha untuk perlindungan konsumen, serta penguatan sistem penanganan sengketa konsumen. Upaya ke arah ini dilakukan secara terkoordinasi dan terintegrasi oleh semua pemangku kepentingan melalui penguatan sistem hukum dan kelembagaan serta percepatan pemanfaatan teknologi. Dengan terciptanya ekosistem perlindungan konsumen yang inklusif dan merata dapat mendorong keberdayaan konsumen menuju konsumen sejahtera, yang pada akhirnya mendukung RPJMN 2020-2024 yaitu terciptanya pertumbuhan ekonomi berkualitas dan berkeadilan melalui penguatan permintaan domestik.

Gambar 4.1.  
Arah Kebijakan Perlindungan Konsumen Tahun 2024



BAB V . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

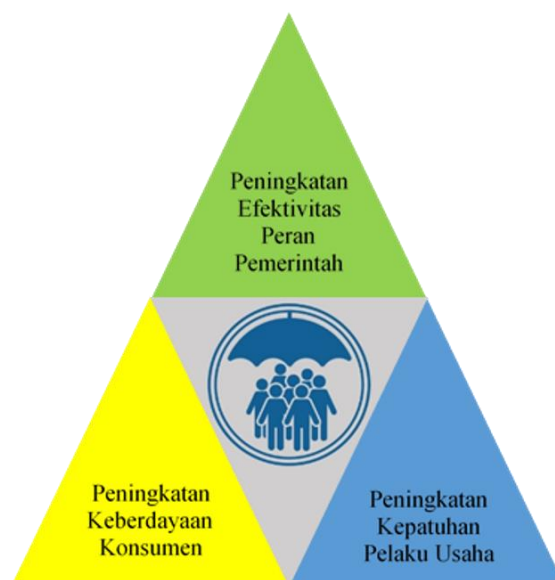
- 28 -

## BAB V

### STRATEGI DAN SEKTOR PRIORITAS PERLINDUNGAN KONSUMEN

Strategi nasional perlindungan konsumen terdiri dari 3 (tiga) pilar, yaitu: (1) Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga; (2) Peningkatan Keberdayaan Konsumen; serta (3) Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha. Konsumen, pelaku usaha, dan Pemerintah adalah aktor utama dalam upaya perlindungan konsumen. Konsumen akan terus didorong untuk semakin mandiri dan berdaya, sehingga dapat melindungi dirinya sendiri dan aktif dalam upaya perlindungan konsumen. Pelaku usaha pun didorong untuk lebih bertanggung jawab dalam menghasilkan barang dan/atau jasa yang mengedepankan aspek kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta responsif untuk menanggapi aduan konsumen dan menyelesaikan permasalahan dengan konsumen. Dengan demikian, akan tercipta hubungan konsumen dan pelaku usaha yang lebih sehat dan berimbang. Sementara itu, peran Pemerintah akan lebih difokuskan pada penciptaan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, menyediakan informasi yang akurat dan saluran aduan konsumen, serta menyediakan kelembagaan penyelesaian sengketa konsumen.

Gambar 5.1.  
Pilar Perlindungan Konsumen Indonesia



Dengan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 29 -

Dengan lingkup perlindungan konsumen yang luas, melibatkan hampir seluruh sektor, maka dibutuhkan penetapan prioritas dalam perlindungan konsumen untuk tahun 2024. Penetapan sektor prioritas utamanya didasarkan pada banyaknya jumlah pengaduan dan sengketa konsumen yang diajukan ke lembaga pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen, masalah-masalah struktural kelembagaan, serta perkembangan isu terkini terkait kebutuhan masyarakat. Terkait dengan itu, terdapat 11 (sebelas) sektor prioritas perlindungan konsumen untuk tahun 2024. Terdapat dua pembaharuan dari sektor prioritas tahun 2017-2019, yaitu sektor jasa pariwisata dan sektor jasa logistik. Adapun kesebelas sektor tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 5.2.  
Sektor Prioritas dan Sektor Pendukung Perlindungan Konsumen Indonesia Tahun 2024



### 1. Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga

Untuk melaksanakan ketentuan Pasal 29 dan Pasal 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah ditetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Peraturan Pemerintah tersebut, Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Pada . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 30 -

Pada STRANAS-Perlindungan Konsumen 2024, Pilar Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga akan difokuskan pada 2 (dua) strategi, yaitu: (1) Penguatan sistem dan kelembagaan perlindungan konsumen; serta (2) Penguatan dan harmonisasi regulasi perlindungan konsumen.

Gambar 5.3.  
Strategi pada Pilar 1 - Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga



Sesuai hasil evaluasi STRANAS-Perlindungan Konsumen 2017-2019 dan identifikasi isu strategis, strategi penguatan sistem kelembagaan perlindungan konsumen di periode ini akan difokuskan pada lembaga penyelesaian sengketa konsumen, LPKSM, serta integrasi sistem pengaduan konsumen. Penguatan lembaga penyelesaian sengketa konsumen di daerah akan diprioritaskan pada pembentukan BPSK, terutama di provinsi yang belum memiliki lembaga tersebut, serta optimalisasi penyelenggaraan penyelesaian sengketa pada BPSK yang sudah terbentuk. Sesuai Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang maka upaya penguatan tersebut merupakan kewenangan Pemerintah Daerah provinsi, dengan fasilitasi dan dukungan koordinasi penuh dari Kementerian Dalam Negeri. Selain itu, upaya optimalisasi penyelenggaraan BPSK yang telah terbentuk akan didukung pula oleh penguatan kapasitas dari sumber daya manusia di BPSK yang meliputi anggota BPSK dan sekretariat BPSK. Penguatan kapasitas sumber daya manusia ini tidak hanya dilakukan pada BPSK di daerah, melainkan juga pada lembaga penyelesaian sengketa lainnya, seperti LAPS SJK.

Berkembangnya . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 31 -

Berkembangnya kegiatan ekonomi masyarakat yang semakin beragam telah memperjelas kebutuhan akan sistem penyelesaian sengketa alternatif yang lebih modern. Proses bisnis dan fitur dari sistem ini perlu dibangun dan dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan digital agar sistem tersebut dapat menjangkau seluruh masyarakat Indonesia. Untuk mendukung hal tersebut, infrastruktur telekomunikasi yang andal dan merata juga perlu dipersiapkan.

Terkait LPKSM, fokus penguatan pada periode ini adalah peningkatan jumlah dan kualitas lembaga, termasuk SDM di dalamnya, sehingga dapat lebih optimal memberikan informasi dan advokasi perlindungan konsumen kepada masyarakat sesuai yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan semakin banyaknya konsumen yang memahami Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, maka diharapkan masyarakat semakin aktif untuk menyuarakan dan memperjuangkan haknya. Untuk mengantisipasi peningkatan partisipasi masyarakat dalam perlindungan konsumen, Pemerintah perlu menyiapkan media pengaduan terintegrasi dan responsif. Salah satu media terintegrasi yang telah dibangun adalah SP4N-LAPOR! yaitu media pengaduan pelayanan publik yang telah mengintegrasikan 34 (tiga puluh empat) kementerian, 100 (seratus) lembaga, dan 523 (lima ratus dua puluh tiga) Pemerintah Daerah dan telah menangani 195.438 (seratus sembilan puluh lima ribu empat ratus tiga puluh delapan) laporan pengaduan masyarakat. Pada STRANAS-Perlindungan Konsumen 2024, SP4N-LAPOR! akan menambahkan filter perlindungan konsumen ke dalam fitur pengaduan masyarakat.

Penyiapan media digital terkait perlindungan konsumen yang komprehensif dan terintegrasi juga diperlukan untuk mengefektifkan pencarian informasi serta pengaduan konsumen. Pada STRANAS-Perlindungan Konsumen 2017-2019 telah terbangun *website* perlindungan konsumen, namun demikian perlu dipastikan bahwa *website* tersebut tetap berjalan dan menyediakan informasi yang dibutuhkan konsumen untuk ke depannya. *Website* ini diharapkan dapat menjadi kanal utama dalam penyediaan informasi perlindungan konsumen. Selain itu, saat ini sudah terdapat beberapa kanal pengaduan perlindungan konsumen, namun antara kanal yang satu dan lainnya belum terintegrasi. *Website* ini perlu memiliki mekanisme respons yang efektif terhadap pengaduan konsumen guna menjaga kepercayaan konsumen yang menggunakannya. Pada STRANAS-Perlindungan Konsumen 2024, Pemerintah akan fokus untuk pengintegrasian data dari berbagai kanal tersebut, dengan tetap mempertahankan berbagai saluran intermuka pengaduan konsumen. Integrasi data ini diharapkan dapat dipakai untuk memperkuat kebijakan perlindungan konsumen yang lebih komprehensif dan terintegrasi.

Untuk . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 32 -

Untuk strategi penguatan dan harmonisasi peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen, fokus penguatan akan dilakukan pada percepatan penyelesaian perubahan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang telah masuk ke dalam Program Legislasi Nasional Rancangan Undang-Undang Prioritas Tahun 2023 sebagai inisiatif DPR serta peraturan perundang-undangan lain terkait perlindungan konsumen seperti perubahan atas Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal dan penyusunan peraturan pelaksanaan atas Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

Terselesainya perubahan atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat memperkuat kelembagaan dan kewenangan lembaga perlindungan konsumen serta memberikan kejelasan dan kekuatan hukum dari putusan lembaga penyelesaian sengketa konsumen. Untuk mendukung inklusifitas, maka seluruh kebijakan terkait perlindungan konsumen akan pula memperhatikan konsumen rentan, yaitu masyarakat difabel, orang tua, dan anak-anak.

Adapun indikator dan target pilar 1 STRANAS-Perlindungan Konsumen 2024 adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.1. berikut.

Tabel 5.1.

Matrik Pilar 1-Peningkatan Efektivitas Peran Pemerintah dan Lembaga

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Provinsi yang membentuk BPSK	34	Provinsi	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan
2.	Persentase pengaduan perlindungan konsumen melalui SP4N LAPOR! yang selesai ditindaklanjuti.* (Clearance Rate)	30	Persen	Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perdagangan,

Kementerian . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 33 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
				Kementerian Dalam Negeri, Badan Perlindungan Konsumen Nasional
3.	Pembangunan sistem penanganan pengaduan konsumen secara online yang terintegrasi	100	Persen	Kementerian Perdagangan
4.	Jumlah BPSK yang di uji coba untuk terintegrasi dengan Sistem Pengaduan Konsumen Nasional	1	BPSK	Kementerian Perdagangan, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian
5.	Jumlah daerah kab/kota yang difasilitasi dalam pembentukan unit metrologi legal	6	Daerah Kab/Kota	Kementerian Perdagangan
6.	Jumlah Anggota BPSK dan aparatur perlindungan konsumen yang telah mengikuti pendidikan dan/atau mediator	320	Orang	Kementerian Perdagangan
7.	Pengembangan fitur dan proses bisnis penyelesaian sengketa konsumen secara online.	1	Fitur	Kementerian Perdagangan
8.	Perubahan atas UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	1	Rancangan /Regulasi	Kementerian Perdagangan
9.	Perubahan atas UU Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal	1	Rancangan /Regulasi	Kementerian Perdagangan

10. Penyelesaian . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 34 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
10.	Penyelesaian peraturan pelaksanaan atas UU Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi	1	Rancangan /Regulasi	Kementerian Komunikasi dan Informatika
11.	Jumlah lembaga penilaian kesesuaian BPSMB yang dibina	20	Lembaga (LPK)	Kementerian Perdagangan
12.	Jumlah desa/kelurahan di wilayah 3T yang mendapatkan akses seluler 4G (kumulatif)	7475	Lokasi	Kementerian Komunikasi dan Informatika
13.	Desa/Kelurahan di Wilayah Non-USO (3T) yang mendapatkan akses jaringan Mobile Broadband (4G) melalui optimasi peran penyelenggara telekomunikasi seluler	3054	Desa/ Kelurahan	Kementerian Komunikasi dan Informatika
14.	Jumlah penyandang disabilitas yang memperoleh layanan Asistensi Rehabilitasi Sosial (ATENSI)	56.000	Jiwa	Kementerian Sosial
15.	Literasi khusus bagi penyandang disabilitas yang dicetak atau dibuat	60.000	unit	Kementerian Sosial
16.	Jumlah lanjut usia yang memperoleh layanan Asistensi Rehabilitasi Sosial (ATENSI)	36.000	Jiwa	Kementerian Sosial

17. Layanan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 35 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
17.	Layanan pengaduan perlindungan konsumen ke BPKN dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen ke BPSK yang terintegrasi**	34	Lembaga/ Institusi	Badan Perlindungan Konsumen Nasional
18.	Edukasi dan kerja sama pengembangan kelembagaan LPKSM	40%	Lembaga/ Institusi	Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Kementerian Perdagangan

\*Kementerian Komunikasi dan Informatika hanya memberi dukungan teknologi dan pengembangan aplikasi SP4N LAPOR!.

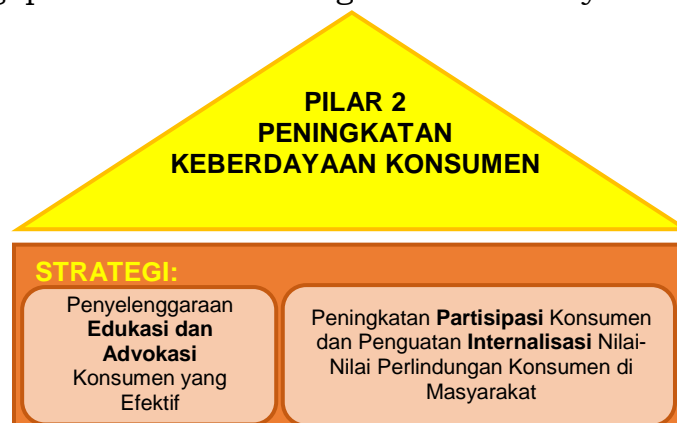
\*\*Kementerian Perdagangan akan berkoordinasi dengan Kementerian investasi/BKPM dan K/L terkait lainnya dalam rangka penyelenggaraan sistem penanganan pengaduan online terintegrasi.

## 2. Peningkatan Keberdayaan Konsumen

Pada tahun 2024 diharapkan konsumen Indonesia lebih memahami mengenai hak dan kewajiban sebagai konsumen, mampu menjadi lebih kritis dan tidak takut bertindak langsung untuk memperjuangkan hak dan kepentingannya sebagai konsumen. Pilar peningkatan keberdayaan konsumen akan dilakukan melalui 2 (dua) strategi, yaitu: (1) Penyelenggaraan edukasi dan advokasi konsumen yang efektif; serta (2) Peningkatan partisipasi konsumen dan penguatan internalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen di masyarakat.

Gambar 5.4.

Strategi pada Pilar 2 - Peningkatan Keberdayaan Konsumen



Indeks . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 36 -

Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) menjadi salah satu tolok ukur bagaimana konsumen telah berdaya untuk melindungi dirinya sendiri, mulai dari mencari informasi, memahami peraturan perundang-perundangan dan lembaga terkait perlindungan konsumen, mampu untuk memilih dan membeli barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan jenis, harga, dan kualitas yang diinginkan, serta melakukan komplain apabila dirugikan oleh pelaku usaha. Kementerian Perdagangan telah mengembangkan indikator ini dan melakukan survei tahunan untuk mengevaluasi pencapaian targetnya. Walaupun secara agregat, konsumen Indonesia telah memasuki kategori MAMPU dengan skor IKK tahun 2021 sebesar 50,39 (lima puluh koma tiga sembilan), dan tahun 2022 sebesar 53,23 (lima puluh tiga koma dua tiga) namun masih terdapat beberapa dimensi keberdayaan konsumen yang nilainya rendah, antara lain dimensi pengetahuan mengenai peraturan perundang-perundangan dan lembaga konsumen, serta dimensi perilaku komplain untuk memperjuangkan haknya.

Untuk dapat meningkatkan keberdayaan konsumen ini diperlukan berbagai upaya. Yang paling dasar adalah peningkatan pemahaman konsumen melalui berbagai program edukasi dan sosialisasi terkait perlindungan konsumen yang efektif. Sama halnya dengan periode sebelumnya, program edukasi konsumen di periode ini akan diintegrasikan ke dalam satuan pendidikan secara bertahap, baik dalam integrasi materi kesadaran perlindungan konsumen ke dalam dokumen kurikulum, penyediaan panduan/konsep kesadaran perlindungan konsumen di satuan Pendidikan, serta penyediaan mata kuliah terkait perlindungan konsumen di perguruan tinggi. Melalui strategi tersebut diharapkan internalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen dapat dilakukan sejak dini kepada masyarakat, terutama konsumen anak-anak yang tergolong dalam konsumen rentan.

Selain itu, edukasi perlindungan konsumen juga akan disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan edukasi, sosialisasi dan diseminasi kepada konsumen dan pelaku usaha baik secara nasional maupun di daerah. Pemanfaatan berbagai media, terutama media digital dan elektronik, akan menjadi fokus strategi edukasi konsumen pada periode ini. Melalui pemanfaatan media digital dan elektronik diharapkan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Untuk mendukung strategi tersebut maka peningkatan literasi masyarakat terkait Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) juga diperlukan mengingat tingginya adopsi kegiatan ekonomi digital dan *e-commerce* di masyarakat. Pemahaman yang baik tentang TIK merupakan bentuk edukasi masyarakat untuk mengonsumsi berbagai produk dan jasa yang terkait dengan TIK.

Adapun indikator dan target pilar 2 STRANAS-Perlindungan Konsumen 2024 adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.2. berikut.

Tabel 5.2. Matrik . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 37 -

Tabel 5.2.  
Matrik Pilar 2-Peningkatan Keberdayaan Konsumen

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK)	60	Nilai IKK	Kementerian Perdagangan
2.	Jumlah penayangan konten edukasi perlindungan konsumen di berbagai media	40	Kali Tayang	Kementerian Perdagangan
3.	Persentase pemahaman SDM LPKSM tereduksi terkait standar perlindungan konsumen	70	Persen	Kementerian Perdagangan
4.	Jumlah konten terkait informasi perlindungan konsumen melalui aplikasi Sakuin	9	Konten	Kementerian Komunikasi dan Informatika
5.	Jumlah masyarakat yang mendapatkan literasi bidang TIK	35.830.670	Orang	Kementerian Komunikasi dan Informatika
6.	Jumlah pembinaan, edukasi, dan advokasi terkait penyelenggaraan pos, khususnya hak dan kewajiban konsumen dan/atau pelaku usaha	10	Kegiatan	Kementerian Komunikasi dan Informatika
7.	Jumlah diseminasi informasi perlindungan konsumen	60	Konten Infografis	Kementerian Komunikasi dan Informatika
8.	Persentase (%) tersedianya data kualitas layanan seluler 4G di 514 kab/kota (per triwulan)	100	Persen	Kementerian Komunikasi dan Informatika

9. Publikasi . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 38 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
9.	Publikasi konten perlindungan konsumen melalui media sosial Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi	1	Tayangan	Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
10.	Terintegrasinya materi kesadaran perlindungan konsumen ke dalam dokumen kurikulum satuan pendidikan	34	Satuan Pendidikan	Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
11.	Jumlah perguruan tinggi yang memiliki mata kuliah terkait perlindungan konsumen	105	PT (Perguruan Tinggi) - PTN & PTS	Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
12.	Edukasi dan kerja sama dengan perguruan tinggi untuk sosialisasi kebijakan perlindungan konsumen kepada masyarakat khususnya konsumen muda/milenial	10%	Lembaga/ Institusi	Badan Perlindungan Konsumen Nasional
13.	Tersedianya panduan/konsep kesadaran perlindungan konsumen di satuan pendidikan	38	Dokumen	Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
14.	Persentase pengaduan produk halal yang terselesaikan	100	Persen	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama

15. Indeks . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 39 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
15.	Indeks kepuasan layanan sertifikasi halal	80	Nilai IKM	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama
16.	Tingkat efektivitas komunikasi, informasi, edukasi obat dan makanan	97	Nilai	Badan Pengawas Obat dan Makanan
17.	Terselenggaranya kegiatan edukasi/sosialisasi aspek-aspek perlindungan konsumen kepada Internal (Kantor Perwakilan Bank Indonesia Dalam Negeri) dan eksternal (masyarakat dan pelaku usaha) secara nasional dan di daerah, berkolaborasi dengan kementerian/ lembaga dan akademisi.	12	Kegiatan edukasi/ sosialisasi perlindungan konsumen	Bank Indonesia
18.	Diseminasi/ sosialisasi ketentuan dan aspek-aspek perlindungan konsumen untuk meningkatkan literasi konsumen dan masyarakat melalui media edukasi (media cetak/digital, media sosial, dan lain-lain) dalam rangka kegiatan edukasi untuk meningkatkan literasi masyarakat.	12	Materi edukasi melalui media offline dan online masal	Bank Indonesia

3. Peningkatan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 40 -

### 3. Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha

Peningkatan kepatuhan pelaku usaha di sektor prioritas akan difokuskan pada 4 (empat) strategi, yaitu (1) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, (2) Peningkatan komunikasi yang efektif dengan konsumen, salah satunya melalui pemanfaatan teknologi digital, (3) Peningkatan persaingan usaha yang sehat, serta (4) Pengawasan dan penegakan hukum yang efektif. Strategi tersebut akan diadopsi di setiap sektor prioritas yang disesuaikan dengan fokus penguatan di masing-masing sektor.

Gambar 5.5.  
Strategi pada Pilar 3 - Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha



Hasil survei terhadap pelaku usaha di tahun 2022 menunjukkan masih banyak pelaku usaha yang belum mengerti dan memahami Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terutama pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Di sisi lain, internalisasi nilai-nilai perlindungan konsumen sebagai norma bersama tidak hanya diperlukan konsumen, namun juga pelaku usaha. Hal ini diperlukan guna memastikan pelaku usaha ikut melindungi konsumen serta patuh terhadap peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan permasalahan atau komplain konsumen. Nilai-nilai tersebut sangat penting dan perlu untuk ditanamkan sebagai *corporate value* pelaku usaha dalam negeri. Hasil dari adopsi nilai-nilai perlindungan konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha diharapkan dapat mendorong terciptanya produk dalam negeri yang lebih berkualitas, aman, andal, dan berdaya saing.

Apabila . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 41 -

Apabila konsumen merasa semakin yakin dan terlindungi, maka penggunaan produk dalam negeri juga akan meningkat. Bahkan produk dalam negeri dapat memasuki pasar global yang lebih luas lagi.

Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai pentingnya pemenuhan standar dalam rangkaian perlindungan konsumen. Peran pelaku usaha dalam pemenuhan standar khususnya Standar Nasional Indonesia (SNI) yang bersifat sukarela perlu ditingkatkan melalui serangkaian kegiatan guna peningkatan pemenuhan penerapan SNI dan untuk mendukung penerapan SNI, perlu kegiatan akreditasi Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK). Selanjutnya, dalam rangka melaksanakan amanat Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang perlu mendorong Usaha Mikro dan Kecil (UMK) agar dapat menerapkan SNI Bina UMK sebagai wujud peningkatan kualitas produk UMK.

Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap nilai-nilai perlindungan konsumen tidak hanya terbatas pada aspek kualitas dan harga barang dan/atau jasa yang dijual, namun juga pada pelayanan pengaduan konsumen. Penyediaan layanan konsumen oleh pelaku usaha dapat menjadi media penjangkaran informasi dan komunikasi dengan konsumen, sehingga pelaku usaha dapat senantiasa melakukan perbaikan berkelanjutan sesuai kondisi permintaan pasar. Peningkatan komunikasi yang efektif antara konsumen dengan pelaku usaha di beberapa sektor prioritas akan didorong melalui indikator ketersediaan layanan pengaduan konsumen oleh pelaku usaha, termasuk mekanisme penyelesaiannya.

Selain itu, mulai periode ini, pemantauan atas produk bertanda SNI akan mulai dilakukan juga pada produk SNI yang diterapkan secara sukarela. Dengan pemantauan yang komprehensif dari hulu serta spektrum yang lebih luas ini diharapkan kualitas dan keamanan produk dapat lebih terjamin.

Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha diharapkan juga mencakup kebutuhan akan produk dan layanan halal melalui jaminan label dan sertifikasi. Hal ini dikarenakan semakin berkembangnya kesadaran konsumen tentang produk halal di Indonesia yang masih belum sepenuhnya dibarengi dengan kesadaran pelaku usaha terkait jaminan label dan sertifikasi halal. Sosialisasi dan pemahaman tentang halal serta manfaatnya juga perlu ditingkatkan baik kepada pelaku usaha maupun konsumen. Upaya ini diharapkan dapat mendorong berkembangnya industri halal di Indonesia yang memberikan jaminan kualitas dan mutu bagi perlindungan konsumen. Guna menilai dan mengevaluasi berkembangnya produk halal yang berkualitas dan berdaya saing, maka perlu ada ukuran yang dapat

menilai . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 42 -

menilai capaian kepatuhan pelaku usaha terkait produk halal, seperti indeks kepuasan layanan sertifikasi halal, persentase pengaduan pelanggaran ketentuan produk halal yang terselesaikan, jumlah sertifikat halal yang diterbitkan, dan jumlah *stakeholders* jaminan produk halal yang terawasi.

Persaingan usaha yang sehat juga dapat memberikan dukungan bagi perlindungan konsumen. Pelaku usaha yang berada pada sektor dengan tingkat persaingan tinggi dan iklim persaingan sehat cenderung akan berlomba-lomba untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan prima. Dengan demikian, konsumen akan diuntungkan melalui ketersediaan barang dan/atau jasa yang lebih bervariasi dari sisi spesifikasi, kualitas, dan harga. Adapun untuk mengukur tingkat persaingan usaha yang sehat akan digunakan indikator indeks persepsi persaingan usaha, yang diantaranya mencerminkan banyaknya pelaku usaha dalam satu sektor, intensitas perilaku antar pelaku serta iklim peraturan perundang-undangan yang mendukung persaingan sehat. Indeks persepsi persaingan usaha merupakan hasil pembobotan skor untuk 15 sektor ekonomi, meliputi (1) Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum, (2) Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor, (3) Jasa Pendidikan, (4) Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial, (5) Jasa Keuangan dan Asuransi, (6) Informasi dan Komunikasi, (7) Jasa Perusahaan, (8) Industri Pengolahan, (9) Transportasi dan Pergudangan, (10) Pertanian, Kehutanan dan Perikanan, (11) Real Estate, (12) Konstruksi, (13) Pertambangan dan Penggalian, (14) Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang, serta (15) Pengadaan Listrik dan Gas.

Pengawasan dan penegakan hukum yang efektif bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha di sektor prioritas telah menaati dan mematuhi ketentuan terkait perlindungan konsumen yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, salah satunya diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Beberapa perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam Undang-Undang tersebut diantaranya: (1) Larangan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan; (2) Larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar; (3) Larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan; (4) Larangan mengelabui/menyesatkan konsumen dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang; serta (5) Larangan pembuatan atau pencantuman klausula baku yang tidak sesuai ketentuan. Selain itu, kewajiban yang harus dipenuhi pelaku usaha terkait perlindungan konsumen juga diatur melalui

peraturan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 43 -

peraturan perundang-undangan di setiap sektor, sehingga indikator terkait pengawasan di setiap sektor akan disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku di masing-masing sektor.

Indikator dan target pada pilar peningkatan kepatuhan pelaku usaha akan terbagi menjadi indikator dan target yang spesifik di 11 (sebelas) sektor prioritas serta indikator dan target yang bersifat lintas sektor sebagaimana terdapat pada Tabel 5.3. Sementara untuk indikator dan strategi di setiap sektor prioritas disesuaikan dengan fokus strategi di masing-masing sektor.

Tabel 5.3.

Matrik Pilar 3-Peningkatan Kepatuhan Pelaku Usaha

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Indeks persepsi persaingan usaha	5 (Skala 1-7)	Indeks	Komisi Pengawas Persaingan Usaha
2.	Sosialisasi industri halal ke masyarakat	6	Konten/ Infografis	Kementerian Komunikasi dan Informatika
3.	Jumlah produk UMK yang telah bersertifikat halal	1.056.313	Sertifikat	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama
4.	Jumlah produk non UMK yang telah bersertifikat halal	6.000	Sertifikat	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama
5.	Jumlah <i>stakeholders</i> jaminan produk halal yang terawasi	2.000	<i>Stakeholders</i>	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama
6.	Persentase kesesuaian produk bertanda SNI yang memenuhi persyaratan SNI yang diterapkan secara sukarela	62	Persen	Badan Standardisasi Nasional

7. Persentase . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 44 -

7.	Persentase ketersediaan LPK yang telah terakreditasi untuk peningkatan mutu produk Indonesia	14,8	Persen	Badan Standardisasi Nasional
8.	Jumlah UMK yang mendapatkan tanda SNI bina UMK	400.000	UMK	Badan Standardisasi Nasional

### 3.1 Obat dan Makanan

Peningkatan upaya penguatan perlindungan konsumen di sektor ini difokuskan pada peningkatan aspek keamanan, kesesuaian khasiat/manfaat, keterjaminan mutu produk obat dan makanan, serta kesadaran dan kepuasan konsumen. Produk yang menjadi fokus intervensi kebijakan meliputi obat (termasuk obat bahan alam), kosmetik, suplemen kesehatan, dan pangan olahan termasuk pangan jajanan anak sekolah.

Pemerintah, dalam hal ini Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) telah menyiapkan berbagai langkah untuk menghadapi tantangan ke depan terkait bidang pengawasan obat dan makanan diantaranya mencakup: (1) Aspek kesehatan – menjamin produk obat dan makanan beredar memenuhi standar keamanan, manfaat/khasiat, dan mutu; (2) Aspek sosial – meningkatkan kepercayaan publik terhadap kualitas produk obat dan makanan yang beredar; (3) Aspek ekonomi – mendorong daya saing industri obat dan makanan dengan semakin mudahnya perizinan dan sertifikasi obat dan makanan dengan tetap mempertimbangkan aspek keamanan dan mutu produk; (4) Aspek keamanan nasional – meningkatkan penegakan hukum terhadap kasus pelanggaran/kejahatan obat dan makanan yang merupakan kejahatan kemanusiaan, termasuk terorisme; serta (5) Aspek teknologi – meningkatkan pengawasan obat dan makanan berbasis teknologi informasi untuk menghadapi tren peredaran obat dan makanan melalui dalam jaringan di era revolusi industri 4.0.

Sistem pengawasan obat dan makanan yang dilakukan oleh BPOM merupakan suatu proses komprehensif yang terdiri dari: (1) Standardisasi yang merupakan fungsi penyusunan standar, peraturan perundang-undangan, dan kebijakan terkait pengawasan obat dan makanan yang dilakukan secara terpusat; (2) Penilaian (*pre-market evaluation*) merupakan evaluasi produk sebelum memperoleh nomor izin edar yang dilakukan secara terpusat dan akhirnya dapat diproduksi dan diedarkan kepada konsumen; (3) Pengawasan setelah beredar (*post-market control*) untuk melihat konsistensi keamanan, khasiat/manfaat, mutu, dan informasi produk; (4) Pengujian laboratorium; dan (5) Penegakan hukum di bidang pengawasan obat dan makanan.

Proses . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 45 -

Proses komprehensif ini sudah sejalan dengan kaidah dan fungsi-fungsi pengawasan komprehensif di bidang obat dan makanan yang berlaku secara internasional. Pelaksanaan pengawasan *pre-market* dan *post-market* yang profesional dan independen diharapkan dapat menghasilkan produk obat dan makanan yang aman, berkhasiat/bermanfaat, dan bermutu.

Berdasarkan evaluasi STRANAS-Perlindungan Konsumen 2017-2019, 5 (lima) dari 7 (tujuh) indikator sasaran untuk sektor obat dan makanan telah tercapai. Sistem pengawasan yang telah dilakukan secara komprehensif perlu dipertahankan, termasuk pengawasan dan pencegahan terhadap (1) Beredarnya produk obat keras secara bebas; serta (2) Penjualan produk obat dan makanan secara ilegal melalui dalam jaringan.

Hasil pengawasan yang efektif tersebut akan tercermin melalui indikator berikut: (1) Indeks pengawasan obat dan makanan; (2) Persentase obat yang memenuhi syarat; (3) Persentase makanan yang memenuhi syarat; (4) Indeks kepatuhan (*compliance index*) pelaku usaha; (5) Indeks kesadaran masyarakat (*awareness index*) terhadap obat dan makanan yang aman dan bermutu; (6) Persentase UMKM yang menerapkan standar keamanan dan mutu produksi obat bahan alam, kosmetik, dan makanan; (7) Jumlah sekolah dengan Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) aman; (8) Jumlah pasar aman dari bahan berbahaya; dan (9) Jumlah desa pangan aman. Selain indikator tersebut di atas, karena berkembangnya penjualan melalui produk obat dan makanan melalui *e-commerce*, perlu juga dilakukan upaya untuk pengawasan obat dan makanan yang dijual secara *online* serta pengawasan peredaran obat keras di sarana distribusi.

Adapun target untuk sektor obat dan makanan yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.4.

Tabel 5.4.  
Matrik Sektor Obat dan Makanan

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Indeks pengawasan obat dan makanan	85	Indeks	Badan Pengawas Obat dan Makanan
2.	Persentase obat yang memenuhi syarat	97	Persen	Badan Pengawas Obat dan Makanan
3.	Persentase makanan yang memenuhi syarat	87	Persen	Badan Pengawas Obat dan Makanan

4. Indeks . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 46 -

4.	Indeks kepatuhan ( <i>compliance index</i> ) pelaku usaha di bidang obat dan makanan	86	Indeks	Badan Pengawas Obat dan Makanan
5.	Indeks kesadaran masyarakat ( <i>awareness index</i> ) terhadap obat dan makanan yang aman dan bermutu	85	Indeks	Badan Pengawas Obat dan Makanan
6.	Persentase UMKM yang menerapkan standar keamanan dan mutu produksi obat bahan alam, kosmetik dan makanan	81	Persen	Badan Pengawas Obat dan Makanan
7.	Jumlah sekolah dengan Pangan Jajanan Anak Sekolah (PJAS) aman	3.413	Sekolah	Badan Pengawas Obat dan Makanan
8.	Jumlah pasar aman dari bahan berbahaya	453	Pasar	Badan Pengawas Obat dan Makanan
9.	Jumlah desa pangan aman	1.106	Desa	Badan Pengawas Obat dan Makanan

### 3.2 Sektor Keuangan

Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha di sektor keuangan akan dititikberatkan pada aspek pengawasan perilaku pasar (*market conduct*) kepada Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) dan penyelenggara sistem pembayaran. Pengawasan perilaku pasar (*market conduct*) adalah pengawasan terhadap perilaku PUJK dalam mendesain, menyediakan dan menyampaikan informasi, menawarkan, menyusun perjanjian, memberikan pelayanan atas penggunaan produk dan/atau layanan, serta penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.

OJK dan Bank Indonesia memperkuat perlindungan konsumen melalui intensifikasi pengawasan perilaku penyelenggara (*market conduct*) berbasis risiko, penegakan hukum yang memprioritaskan pada pemulihan hak konsumen, dan perlindungan data nasabah.

Sebagai bagian upaya perlindungan konsumen dan masyarakat, berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, OJK bersama otoritas/kementerian/lembaga terkait membentuk satuan tugas untuk penanganan kegiatan usaha tanpa izin di sektor keuangan. Satuan tugas tersebut berperan secara preventif dan represif (penanganan

pengajuan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 47 -

pengajuan) untuk menangani pinjaman *online* (pinjol) dan investasi ilegal sebagai langkah perlindungan konsumen. Langkah preventif diantaranya edukasi masyarakat, respons pengaduan, penyebaran SMS waspada pinjol ilegal, serta kerjasama dengan *platform* penyedia aplikasi terkait syarat aplikasi pinjol Indonesia, tidak hanya dengan *google* namun juga dengan seluruh penyedia aplikasi. Langkah represif meliputi mengumumkan pinjol ilegal kepada masyarakat, *cyber patrol*, memutus akses keuangan, dan menyampaikan laporan kepada Kepolisian Negara Republik Indonesia.

Kebijakan yang seimbang diperlukan antara mendorong inovasi dan pemanfaatan *advance technology* dalam mentransformasi bisnis dan layanan Lembaga Jasa Keuangan (LJK) dan perlindungan konsumen. Kebijakan tersebut akan membuka kesempatan luas bagi LJK termasuk *fintech* untuk berinovasi dan melakukan transformasi digital dengan memperhatikan persaingan yang sehat serta perlindungan konsumen. Fokus penguatan perlindungan konsumen sektor keuangan dan jasa sistem pembayaran adalah pengawasan perbankan, asuransi, lembaga pembiayaan, serta Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP).

Adapun indikator dan target untuk sektor keuangan yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5.  
Matrik Sektor Keuangan

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Intensifikasi pengawasan perilaku penyelenggara ( <i>market conduct</i> ) berbasis risiko secara tematik antara lain klausula baku dan/atau tema lain yang dianggap perlu	3	Laporan hasil pengawasan tematik kepada penyelenggara sistem pembayaran sistemik/kritikal (sesuai dengan hasil asesmen risiko)	Bank Indonesia
2.	Penanganan pengaduan konsumen oleh penyelenggara sistem pembayaran sesuai dengan SLA	80	Persen	Bank Indonesia

3. Penyelesaian . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 48 -

3.	Penyelesaian pengaduan sektor jasa keuangan sesuai dengan SLA	90	Persen	Otoritas Jasa Keuangan
4.	Sengketa sektor jasa keuangan yang diterima untuk kemudian ditindaklanjuti oleh LAPS SJK	60	Persen	Otoritas Jasa Keuangan
5.	Pengawasan perilaku PUJK terkait penyampaian informasi mengenai produk layanan jasa keuangan kepada Masyarakat (iklan) melalui surat pembinaan kepada PUJK	90	Persen	Otoritas Jasa Keuangan

### 3.3 Jasa Transportasi

Sektor jasa transportasi terdiri dari transportasi darat, laut, udara dan kereta api. Penguatan perlindungan konsumen di sektor ini dititikberatkan pada aspek keselamatan, keamanan, ketepatan waktu, penyediaan kompensasi apabila terjadi wanprestasi, serta penyediaan layanan pengaduan konsumen dan penyelesaiannya. Upaya perlindungan konsumen melalui aspek keselamatan dilakukan melalui pengukuran beberapa indikator yaitu (1) Rasio kejadian kecelakaan transportasi kereta api (*rate of accident*), per 1 juta kilometer); (2) Rasio kejadian kecelakaan transportasi laut per 10.000 pelayaran; (3) Rasio kecelakaan transportasi udara per 1 juta *departure*; serta (4) Rasio kejadian kecelakaan transportasi darat per 10.000 keberangkatan. Aspek keamanan transportasi tercermin dari indikator (1) Rasio kejadian gangguan keamanan pelayaran per 100.000 pelayaran; dan (2) Rasio gangguan keamanan pada pelayaran jasa transportasi udara. Aspek ketepatan waktu transportasi tercermin dari indikator persentase capaian *On Time Performance* (OTP) pada moda transportasi kereta api dan transportasi udara serta pada pelabuhan utama dan pengumpul. Untuk moda transportasi udara, aspek penyediaan kompensasi tercermin dari pemenuhan kompensasi atas wanprestasi yang diimplementasikan sesuai kategori jenis keterlambatan yang diatur dalam peraturan perundang-perundangan.

Upaya . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 49 -

Upaya peningkatan komunikasi yang efektif dengan konsumen juga memegang peranan penting dalam peningkatan perlindungan konsumen. Pelaku usaha di bidang transportasi diharapkan memiliki layanan pengaduan 24 jam/7 hari dan dapat menyelesaikan dan/atau menangani keluhan, pengaduan, serta kesulitan yang dialami oleh konsumen baik pada jasa transportasi darat, laut, maupun udara secara cepat dan efektif. Pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat mengefektifkan pelayanan pengaduan sehingga konsumen dapat melapor, bertanya, dan mengadu kapan saja dan di mana saja. Pelayanan konsumen yang baik akan berdampak besar pada keberlangsungan usaha jasa transportasi.

Adapun indikator dan target untuk sektor jasa transportasi yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.6.

Tabel 5.6.  
Matrik Sektor Jasa Transportasi

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Menurunnya kecelakaan transportasi:			
1.1	Rasio kejadian kecelakaan transportasi kereta api ( <i>rate of accident</i> ) (kecelakaan per 1 juta km)	0,22	Rasio	Kementerian Perhubungan
1.2	Rasio kejadian kecelakaan per 10.000 pelayaran	0,85	Rasio	Kementerian Perhubungan
1.3	Rasio kecelakaan penerbangan per 1 juta <i>departure</i>	2,15	Rasio	Kementerian Perhubungan
1.4	Rasio kejadian kecelakaan transportasi jalan per 10.000 keberangkatan	0,011	Rasio	Kementerian Perhubungan
2.	Menurunnya jumlah gangguan keamanan transportasi:			

2.1 Rasio . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 50 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
2.1	Rasio kejadian gangguan keamanan pelayaran per 100.000 pelayaran	0,26	Rasio	Kementerian Perhubungan
2.2	Rasio gangguan keamanan pada pelayanan jasa transportasi udara	0,12	Rasio	Kementerian Perhubungan
3.	Jadwal perjalanan tepat waktu:			
3.1	Persentase capaian <i>On Time Performance</i> (OTP) transportasi kereta api	82	Persen	Kementerian Perhubungan
3.2	OTP pada pelabuhan utama dan pengumpul	85	Persen	Kementerian Perhubungan
3.3	Persentase capaian OTP sektor transportasi udara	90	Persen	Kementerian Perhubungan
4.	Pemenuhan kompensasi sesuai kategori jenis keterlambatan, sesuai peraturan perundang-undangan (khusus transportasi udara)	100	Persen	Kementerian Perhubungan
5.	Pelaku usaha memiliki layanan pengaduan 24 jam/7 hari dan melakukan penyelesaian/penanganan pengaduan konsumen:			
5.1	Transportasi laut	100	Persen	Kementerian Perhubungan
5.2	Transportasi udara	100	Persen	Kementerian Perhubungan
5.3	Transportasi darat	100	Persen	Kementerian Perhubungan

3.4 Listrik . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 51 -

### 3.4 Listrik dan Gas Rumah Tangga

Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha di sektor listrik dan gas rumah tangga akan dititikberatkan pada aspek (1) Pengawasan mutu dan pelayanan pelaku usaha; (2) Ketersediaan layanan pengaduan konsumen dan penyelesaiannya; serta (3) Tertib ukur.

Listrik merupakan kebutuhan dasar masyarakat yang penyediaannya dikuasai oleh Negara dan prioritas pertama pelaksanaannya dilakukan oleh badan usaha milik negara yang semata-mata berusaha di bidang penyediaan tenaga listrik, dalam hal ini PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) (Persero), sesuai Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2009 tentang Ketenagalistrikan. Pada sektor listrik, terdapat aturan bagi PT PLN (Persero) untuk memenuhi Tingkat Mutu Pelayanan (TMP) yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dalam peraturan perundang-undangan tersebut terdapat tiga belas indikator mutu pelayanan yang menjadi tanggung jawab PT PLN (Persero), dimana 6 (enam) indikator di antaranya disertai dengan konsekuensi denda/pinalti/kompensasi. Peningkatan kesadaran pelaku usaha dan pengawasan perlindungan konsumen pada sektor listrik akan difokuskan pada peningkatan mutu layanan listrik berdasarkan akumulasi enam indikator tersebut, yaitu: (1) Lama gangguan; (2) Jumlah gangguan; (3) Kecepatan pelayanan perubahan daya tegangan rendah; (4) Kecepatan pelayanan sambungan baru tegangan rendah; (5) Kesalahan pembacaan kWh meter; dan (6) Waktu koreksi kesalahan rekening.

Untuk sub sektor Gas Rumah Tangga, pengawasan standar layanan pelaku usaha kepada konsumen akan diukur melalui indikator tingkat kepuasan pelanggan. Pengukurannya dilakukan melalui survey oleh Badan Usaha Niaga Migas jenis kegiatan niaga LPG Tabung untuk Rumah Tangga, dan dilakukan monitoring oleh Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. Melalui pengukuran ini diharapkan pelaku usaha dapat melakukan perbaikan berkelanjutan pada aspek yang masih kurang baik menurut perspektif konsumen.

Terkait aspek ketersediaan layanan pengaduan konsumen, pelaku usaha di sektor Listrik dan Gas Rumah Tangga perlu menyediakan layanan pengaduan konsumen 24 jam/7 hari. Selain itu, pelaku usaha juga didorong untuk menyelesaikan seluruh pengaduan tersebut sesuai *Service Level Agreement* (SLA) yang ada.

Sedangkan untuk aspek tertib ukur, penilaiannya dilakukan melalui indikator banyaknya meter kWh yang sudah habis masa berlaku tanda teranya yang diganti dan banyaknya Stasiun Pengisian dan Pengangkutan Bulk Elpiji (SPPBE) yang dibina.

Pengawasan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 52 -

Pengawasan di sektor listrik dan gas rumah tangga merupakan tanggung jawab Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral. Namun dalam implementasinya, peningkatan perlindungan konsumen akan membutuhkan partisipasi aktif dari pelaku usaha di sektor ini, dalam hal ini diantaranya adalah PT PLN (Persero) dan Badan Usaha terkait jenis kegiatan niaga LPG Tabung untuk Rumah Tangga.

Adapun indikator dan target untuk sektor listrik dan gas rumah tangga yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.7.

Tabel 5.7.  
Matrik Sektor Listrik dan Gas Rumah Tangga

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
Sub Sektor Listrik				
1.	Pemenuhan TMP terhadap 13 indikator sesuai Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral	80	Persen	PT PLN (Persero), Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral
2.	Pelaku usaha memiliki layanan pengaduan 24 jam/7 hari	100	Persen	PT PLN (Persero), Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral
3.	Penyelesaian penanganan pengaduan konsumen listrik oleh pelaku usaha sesuai SLA layanan pengaduan	100	Persen	PT PLN (Persero), Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral
4.	Jumlah meter kWh yang sudah habis masa berlaku tanda teranya yang diganti	6.009.854 (Kumulatif: 18.010.715)	Meter/kWh	Kementerian Perdagangan
Sub Sektor Gas Rumah Tangga				
1.	Tingkat kepuasan pelanggan LPG tabung untuk rumah tangga	85	Persen	Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral dan badan usaha terkait

2. Pelaku . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 53 -

2.	Pelaku usaha LPG tabung untuk rumah tangga memiliki layanan pengaduan 24 jam/7 hari	100	Persen	Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral dan badan usaha terkait
3.	Penyelesaian penanganan pengaduan konsumen LPG tabung untuk rumah tangga oleh pelaku usaha sesuai SLA layanan pengaduan	100	Persen	Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral dan badan usaha terkait
4.	Jumlah SPPBE yang dibina	100	Unit	Kementerian Perdagangan, PT Pertamina (Persero)

### 3.5 Jasa Telekomunikasi

Pada tahun 2024, perlindungan konsumen pada sektor jasa telekomunikasi dititikberatkan pada aspek (1) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, serta (2) Pengawasan pelaku usaha terhadap ketentuan terkait perlindungan konsumen. Pelaksanaan kedua strategi tersebut diharapkan dapat tercermin dari beberapa indikator terkait standar kualitas pelayanan penyelenggara jaringan dan jasa telekomunikasi (operator), antara lain (1) Persentase keluhan pelanggan terkait akurasi tagihan (*post paid*) dalam 1 bulan; (2) Persentase penyelesaian keluhan atas akurasi *charging* Prabayar yang diselesaikan dalam 15 hari; serta (3) Persentase penyelesaian keluhan umum pengguna jasa teleponi oleh pelaku usaha. Ketentuan terkait standar kualitas tersebut saat ini telah diatur melalui berbagai peraturan perundang-undangan, yang pengawasannya dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dan dapat melibatkan kementerian/lembaga lain seperti Kepolisian Negara Republik Indonesia dan Pemerintah Daerah.

Adapun target sektor jasa telekomunikasi yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.8.

Tabel 5.8. Matrik . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 54 -

Tabel 5.8.  
Matrik Sektor Jasa Telekomunikasi

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Persentase (%) keluhan pelanggan terkait akurasi tagihan ( <i>post paid</i> ) dalam 1 bulan	≤ 2	Persen	Kementerian Komunikasi dan Informatika
2.	Persentase (%) penyelesaian keluhan atas akurasi <i>charging</i> prabayar yang diselesaikan dalam 15 hari	95	Persen	Kementerian Komunikasi dan Informatika
3.	Persentase (%) penyelesaian keluhan umum pengguna jasa teleponi oleh pelaku usaha	95	Persen	Kementerian Komunikasi dan Informatika

### 3.6 Jasa Layanan Kesehatan

Pandemi COVID-19 baik di Indonesia maupun dunia memberi pelajaran berharga mengenai pentingnya memperhatikan kesehatan dan optimalisasi layanan kesehatan bagi para konsumen. Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor jasa layanan kesehatan akan dititikberatkan pada aspek (1) Pengawasan terhadap kualitas pelayanan sektor kesehatan kepada konsumen, serta (2) Peningkatan dan pemerataan tenaga kesehatan. Kedua aspek tersebut diharapkan dapat mendorong hadirnya jasa layanan kesehatan yang semakin baik sehingga meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Aspek pengawasan kualitas layanan pelaku usaha tercermin dari indikator (1) Persentase kepuasan pasien di fasilitas pelayanan kesehatan rujukan; dan (2) Indeks kepuasan pelanggan (*customer satisfaction index*) pada layanan BPJS Kesehatan. Sedangkan, aspek peningkatan dan pemerataan SDM sektor kesehatan yang berkualitas tercermin dari indikator (1) Persentase puskesmas dengan sembilan jenis tenaga kesehatan; dan (2) Persentase RSUD kabupaten/kota yang memiliki empat dokter spesialis dasar (Anak, Obstetri dan Ginekologi, Bedah, dan Penyakit Dalam), dan tiga dokter spesialis lainnya (Anestesi, Radiologi, dan Patologi Klinik).

Pengawasan terhadap sektor jasa layanan kesehatan dilaksanakan oleh Kementerian Kesehatan didukung oleh BPJS Kesehatan selaku badan hukum publik penyelenggara jaminan sosial dan seluruh penyedia jasa kesehatan terkait.

Adapun . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 55 -

Adapun target sektor jasa layanan kesehatan yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.9.

Tabel 5.9.  
Matrik Sektor Jasa Layanan Kesehatan

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Persentase kepuasan pasien di fasilitas pelayanan kesehatan rujukan	90	Persen	Kementerian Kesehatan
2.	Persentase puskesmas dengan 9 jenis tenaga kesehatan	83	Persen	Kementerian Kesehatan
3.	Persentase RSUD kabupaten/kota yang memiliki 4 dokter spesialis dasar dan 3 dokter spesialis lainnya	90	Persen	Kementerian Kesehatan
4.	Indeks kepuasan pelanggan ( <i>customer satisfaction index</i> ), <i>mean score</i>	85	Persen	BPJS Kesehatan

### 3.7 Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Sektor perdagangan melalui sistem elektronik merupakan salah satu sektor yang aktivitasnya meningkat pesat selama masa pandemi COVID-19. Pembatasan aktivitas di luar rumah menyebabkan peralihan pola belanja konsumen dari model tradisional ke belanja *online*. Peningkatan aktivitas tersebut disertai oleh meningkatnya jumlah pengaduan konsumen. Hal ini dapat menjadi indikasi awal bahwa pelaku usaha di sektor ini belum seluruhnya memahami ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen. Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor ini akan dititikberatkan pada aspek (1) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha akan perlindungan konsumen, serta (2) Pengawasan dan penegakan hukum yang efektif.

Penyelenggaraan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 56 -

Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) mengacu pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Untuk itu, fokus peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha serta pengawasannya akan dilakukan sesuai ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-perundangan tersebut, seperti penyediaan mekanisme pengembalian dana konsumen, penyediaan mekanisme penanganan pengaduan konsumen, penyediaan laman regulasi, serta penyediaan fitur *self declaration/disclaimer* barang dijual sesuai ketentuan.

Terkait mekanisme penanganan pengaduan, hasil survei pelaku usaha tahun 2021 menunjukkan bahwa sebanyak 85,0% (delapan puluh lima koma nol persen) pelaku usaha di sektor ini sudah memiliki sarana khusus untuk pengaduan atau keluhan konsumen. Namun, baru sedikit yang memiliki *Standard Operational Procedure* (SOP) terkait penanganan pengaduan/keluhan konsumen. Untuk itu, ketersediaan mekanisme penanganan pengaduan konsumen oleh Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) paling sedikitnya perlu mencakup: (1) Prosedur pengaduan konsumen; (2) Mekanisme tindak lanjut pengaduan; (3) Operator yang memproses layanan pengaduan; dan (4) Jangka waktu penyelesaian pengaduan *Service Level Agreement* (SLA).

Selain itu, pada aspek pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) sektor perdagangan juga didorong untuk melakukan pendaftaran kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika, termasuk PSE yang melakukan perubahan terhadap informasi pendaftaran. Dengan terdaftar secara resmi, Pemerintah dapat lebih memantau, mengawasi, dan mencegah penipuan perdagangan melalui sistem elektronik yang masih marak terjadi di Indonesia. Selain itu, data pribadi pengguna PSE pada PSE yang sudah terdaftar akan disimpan dan dilindungi oleh Pemerintah, sehingga pengguna PSE terdaftar akan memperoleh jaminan keamanan data pribadi.

Dalam . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 57 -

Dalam upaya mendorong perlindungan konsumen sektor perdagangan melalui sistem elektronik, koordinasi antar kementerian/lembaga terkait sangat diperlukan, dimana pengawasan di sektor ini setidaknya melibatkan Kementerian Perdagangan serta Kementerian Komunikasi dan Informatika. Adapun target sektor perdagangan melalui sistem elektronik yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.10.

Tabel 5.10.  
Matrik Sektor Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Persentase PPMSE yang memiliki izin SIUPMSE dan menyediakan fitur pembayaran	80	Persen	Kementerian Perdagangan
2.	Persentase PPMSE yang memiliki izin SIUPMSE telah menyediakan mekanisme penanganan pengaduan yang paling sedikit mencakup: (1) prosedur pengaduan konsumen, (2) mekanisme tindak lanjut pengaduan, (3) operator yang memproses layanan pengaduan, dan (4) jangka waktu penyelesaian pengaduan	80	Persen	Kementerian Perdagangan
3.	Persentase <i>marketplace</i> /lokapasar yang memiliki izin SIUPMSE menyediakan laman yang menayangkan regulasi di bidang perdagangan	35	Persen	Kementerian Perdagangan

4. Persentase . . .





**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 58 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
4.	Persentase <i>marketplace/</i> lokapasar yang memiliki izin SIUPMSE menyediakan fitur <i>self declaration/disclaimer</i> /tertera dalam kontrak bahwa barang dijual sesuai ketentuan bagi <i>merchant</i>	35	Persen	Kementerian Perdagangan
5.	Jumlah PPMSE telah melakukan pendaftaran sistem elektronik termasuk yang melakukan perubahan terhadap informasi pendaftaran.	2.700	PSE sektor perdagangan dan/atau sektor TIK yang telah mendaftar (termasuk yang melakukan perubahan terhadap informasi pendaftaran)	Kementerian Komunikasi dan Informatika

### 3.8 Perumahan, Air, dan Sanitasi

Perlindungan konsumen di sektor perumahan, air, dan sanitasi pada tahun 2024 dititikberatkan pada aspek (1) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha; (2) Komunikasi yang efektif dengan konsumen melalui advokasi dan sosialisasi pelanggan, penyediaan layanan konsumen, dan pemanfaatan teknologi digital; serta (3) Pengawasan yang efektif oleh Pemerintah.

Aspek pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap ketentuan perlindungan konsumen dilakukan melalui penyiapan norma, standar, prosedur dan kriteria (NSPK) terkait standar dan spesifikasi produk perumahan, yang disertai dengan pembinaan terhadap pemenuhan NSPK tersebut. *Outcome* yang diharapkan dari penguatan aspek ini di antaranya adalah semakin banyaknya rumah yang memenuhi persyaratan teknis rumah layak huni, terutama rumah yang diperoleh melalui kemudahan dan bantuan pembiayaan perumahan.

Terkait . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 59 -

Terkait aspek komunikasi yang efektif dengan konsumen, Pemerintah akan menyediakan menu khusus untuk pengaduan layanan air minum dan sanitasi pada sistem SP4N LAPOR! yang menjadi sub kategori dari menu perlindungan konsumen. Untuk meningkatkan pemanfaatan layanan pengaduan konsumen oleh masyarakat, pelaku usaha dan Pemerintah juga akan melakukan advokasi dan sosialisasi kepada masyarakat terkait pemanfaatan sistem atau layanan pengaduan masyarakat yang tersedia termasuk mekanismenya.

Terkait aspek pengawasan Pemerintah, yang akan dilakukan oleh Pemerintah adalah penyediaan sistem pengawasan produk konstruksi perumahan dalam rangka pemeringkatan bidang perumahan. Selain itu, Pemerintah akan melakukan pengawasan terhadap kinerja penyelesaian dan penanganan pengaduan konsumen yang sudah disediakan pelaku usaha. Pengawasan pada sektor perumahan, air, dan sanitasi dilaksanakan oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, BP Tapera, Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi, Kementerian Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan, BPSK, dan Pemerintah Daerah sesuai tugas dan kewenangan masing-masing.

Melalui ketiga strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan perlindungan konsumen dan meminimalisasi berbagai kecurangan yang terjadi di sektor perumahan, air, dan sanitasi. Pada akhirnya diharapkan kepercayaan konsumen untuk bertransaksi pada sektor perumahan, air, dan sanitasi dapat terjaga. Adapun target sektor perumahan, air, dan sanitasi yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.11.

Tabel 5.11.  
Matrik Sektor Perumahan, Air, dan Sanitasi

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Penyelesaian pengaduan penanganan konsumen terhadap kasus pembiayaan perumahan	100	Persen	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, BP Tapera
2.	Rumah yang diperoleh melalui kemudahan dan bantuan pembiayaan perumahan memenuhi persyaratan teknis rumah layak huni	75	Persen	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, BP Tapera

3. Jumlah . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 60 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
3.	Jumlah NSPK yang dapat mendukung upaya perlindungan konsumen di bidang perumahan	2	NSPK	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat
4.	Jumlah sosialisasi perlindungan konsumen bidang perumahan kepada Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan lainnya	34	Provinsi	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat
5.	Kerjasama Fasilitasi penanganan perlindungan konsumen di bidang perumahan (akumulasi)	34	Provinsi	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, Kementerian Dalam Negeri, Pemerintah Daerah, Kementerian Perdagangan, dan BPSK
6.	Jumlah NSPK yang mendukung penyelenggaraan sistem penyediaan air minum (SPAM) akses air minum	1	NPSK	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat
7.	Persentase rumah tangga yang terlayani sarana dan prasarana air limbah domestik akses layak dan aman	77,79	Persen	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat
8.	Tersedianya menu khusus untuk pengaduan layanan pada sistem SP4N LAPOR! yang menjadi sub kategori dari menu perlindungan konsumen	1	Sistem	Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi
9.	Persentase Pemerintah Daerah provinsi yang telah melakukan advokasi dan sosialisasi kepada masyarakat perihal pemanfaatan sistem atau	100	Persen	Kementerian Dalam Negeri

layanan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 61 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
	layanan pengaduan masyarakat berbasis <i>online</i> yang tersedia, salah satunya seperti SP4N LAPOR!			

### 3.9 Barang Elektronik, Telematika, dan Kendaraan Bermotor

Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor barang elektronik, telematika, dan kendaraan bermotor akan dititikberatkan pada aspek (1) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha, yang disertai dengan pengawasan efektif oleh Pemerintah; serta (2) Peningkatan komunikasi efektif pelaku usaha dengan konsumen melalui penyediaan saluran komunikasi konsumen.

Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha di sektor ini mencakup tingkat pemenuhannya (*compliance*) terhadap ketentuan SNI Wajib, manual dan kartu garansi, serta label, yang pencapaiannya secara agregat akan tercermin melalui indikator barang beredar sesuai ketentuan. Terkait pemenuhan terhadap ketentuan SNI, pemantauan tidak hanya dilakukan pada pelaku usaha produsen dan/atau importir semata, melainkan juga pada Lembaga Penilaian Kesesuaian (LPK) selaku penerbit sertifikat kesesuaian sebagai bentuk pemenuhan terhadap persyaratan SNI.

Pemantauan terhadap pemahaman dan kesadaran pelaku usaha akan dibarengi oleh penguatan fungsi pengawasan Pemerintah. Pada periode ini penguatan pengawasan Pemerintah di antaranya akan dilakukan melalui peningkatan kompetensi pengujian/standardisasi, peningkatan jenis pengawasan SNI Wajib serta peningkatan wilayah cakupan pengawasan SNI Wajib. Penguatan pengawasan tersebut tidak terbatas hanya pada sektor barang elektronik, telematika, dan kendaraan bermotor tetapi juga berlaku untuk seluruh sektor. Dengan memperhatikan variasi produk pada sektor ini yang relatif tinggi, maka diperlukan koordinasi pengawasan yang efektif antara Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, serta Badan Standardisasi Nasional (BSN), sesuai dengan tugas, fungsi, dan kewenangan yang dimiliki.

Adapun target sektor barang elektronik, telematika, dan kendaraan bermotor yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.12.

Tabel 5.12. Matrik . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**

- 62 -

Tabel 5.12.

Matrik Sektor Barang Elektronik, Telematika, dan Kendaraan Bermotor

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Persentase barang beredar yang memenuhi ketentuan	60	Persen	Kementerian Perdagangan
2.	Produsen/importir memiliki saluran komunikasi sesuai dengan ketentuan yang mudah diakses sebagai sarana pengaduan	100	Produsen /Importir	Kementerian Perdagangan
3.	Peningkatan kompetensi pengujian/standardisasi di dalam negeri <sup>[1]</sup>	35	Ruang lingkup	Kementerian Perindustrian
4.	Peningkatan cakupan (jenis) pengawasan SNI Wajib <sup>[1]</sup>	50	Persen	Kementerian Perindustrian
5.	Peningkatan cakupan (wilayah) pengawasan SNI Wajib <sup>[1]</sup>	95	Persen	Kementerian Perindustrian
6.	Tingkat kepatuhan LPK terhadap regulasi <sup>[1]</sup>	95	Persen	Kementerian Perindustrian

Catatan: <sup>[1]</sup> Target untuk seluruh sektor, tidak terbatas hanya pada sektor Barang Elektronik, Telematika, dan Kendaraan Bermotor

### 3.10 Jasa Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Pandemi COVID-19 telah memberi tekanan besar pada sektor pariwisata. Upaya pemulihan sektor ini perlu dibarengi dengan penguatan perlindungan konsumen, guna membangun kembali kepercayaan wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata yang bersih, sehat, dan aman. Untuk itu, sektor jasa pariwisata menjadi salah satu sektor prioritas baru pada periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini.

Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor jasa pariwisata dan ekonomi kreatif akan dititikberatkan pada aspek pemahaman dan kesadaran pelaku usaha atas perlindungan konsumen. Dalam hal ini, jumlah pelaku usaha jasa pariwisata dan ekonomi kreatif yang terstandardisasi dan tersertifikasi akan diupayakan terus meningkat. Pemerintah pun akan memberikan bantuan fasilitasi sertifikasi khusus akomodasi berupa hotel dan restoran untuk usaha mikro.

Pengawasan . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**  
- 63 -

Pengawasan terhadap sektor jasa pariwisata dan ekonomi kreatif dilaksanakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta dalam implementasinya dapat melibatkan kementerian/lembaga terkait dan Pemerintah Daerah.

Adapun target sektor jasa pariwisata dan ekonomi kreatif yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.13.

Tabel 5.13.  
Matrik Sektor Jasa Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Jumlah usaha bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang terstandardisasi dan tersertifikasi	900	Usaha	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

### 3.11 Jasa Logistik

Sektor jasa logistik merupakan sektor pendukung utama dalam pendistribusian barang sampai di tangan konsumen. Sektor jasa logistik mengalami tren peningkatan terutama di masa pandemi COVID-19 akibat kebijakan pembatasan mobilisasi masyarakat yang mendorong konsumen bertransaksi secara elektronik dan menggunakan layanan jasa logistik. Perkembangan jasa logistik tentunya harus diseimbangkan dengan perlindungan konsumen, guna meminimalisasi praktek-praktek yang merugikan konsumen.

Pada tahun 2024, peningkatan kepatuhan pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen di sektor jasa logistik akan dititikberatkan pada aspek (1) Peningkatan kualitas layanan jasa logistik, termasuk melalui pemanfaatan teknologi informasi dan pemerataannya, serta (2) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen melalui penyebaran informasi, pembinaan, edukasi, dan advokasi.

Aspek peningkatan kualitas layanan jasa logistik pada periode ini salah satunya dilakukan melalui penyiapan rancangan kebijakan terkait standar kualitas layanan pos. Standar dan kualitas penyelenggara pos beserta parameternya tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos. Saat ini, Pemerintah sedang menyusun peraturan teknis terkait kualitas layanan penyelenggaraan pos komersial sebagai turunan Peraturan Pemerintah tersebut. Rancangan peraturan perundang-undangan tersebut diantaranya akan

mengatur . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**  
- 64 -

mengatur mengenai kepastian waktu layanan, biaya, prosedur layanan, produk, kompetensi SDM, keamanan dan kerahasiaan, layanan pengaduan konsumen, serta jaminan ganti rugi.

Selain melalui regulasi, peningkatan kualitas layanan jasa logistik akan dilakukan pula melalui pemanfaatan teknologi informasi secara bertahap oleh penyelenggara pos serta pada simpul logistik yang paling dekat dengan masyarakat seperti pasar tradisional. Pada lingkup yang lebih luas, penataan ruang logistik berbasis sistem teknologi informasi dilakukan Pemerintah melalui implementasi transformasi proses bisnis pada *National Logistic Ecosystem* (NLE). Untuk mendukung pemanfaatan teknologi informasi tersebut, Pemerintah juga akan melakukan pemerataan akses jaringan *mobile broadband* (4G) sampai ke level desa dan kelurahan.

Penguatan aspek kualitas layanan jasa logistik melalui regulasi, pemanfaatan teknologi dan sistem informasi, serta pemerataan akses jaringan tersebut diharapkan dapat meningkatkan performa sektor logistik nasional yang lebih efisien dan transparan. Dengan demikian, akses dan aliran barang dan jasa bagi konsumen akan lebih lancar.

Pengawasan terhadap sektor jasa logistik dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, Kementerian Komunikasi dan Informatika, dan Kementerian Keuangan. Dalam implementasinya dapat melibatkan kementerian/lembaga lain terkait untuk mendorong tercapainya target pada sektor jasa logistik. Adapun target sektor jasa logistik yang akan dicapai selama periode STRANAS-Perlindungan Konsumen ini adalah sebagaimana terdapat pada Tabel 5.14.

Tabel 5.14.  
Matrik Sektor Jasa Logistik

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
1.	Jumlah pasar yang menggunakan teknologi informasi	5	Unit	Kementerian Perdagangan
2.	Persentase pertumbuhan volume perdagangan barang kebutuhan pokok melalui perdagangan antar pulau dengan menggunakan daftar muatan (manifes domestik)	15	Persen	Kementerian Perdagangan
3.	Persentase penyelenggara pos yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (kumulatif)	30	Persen	Kementerian Komunikasi dan Informatika
4.	Persentase rancangan kebijakan terkait Standar Kualitas Layanan Pos	100	Persen	Kementerian Komunikasi dan Informatika

5. Tingkat . . .



**PRESIDEN  
REPUBLIK INDONESIA**  
- 65 -

No.	Indikator	Target	Satuan	Penanggung Jawab
		2024		
5.	Tingkat Implementasi transformasi proses bisnis <i>National Logistic Ecosystem</i> (NLE)	100	Persen	Kementerian Keuangan

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

JOKO WIDODO

Salinan sesuai dengan aslinya  
KEMENTERIAN SEKRETARIAT NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA

Deputi Bidang Perundang-undangan dan  
Administrasi Hukum,



Lydia Silvanna Djaman