



2022

POLICY BRIEF

Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika

Vol.4 No.3, 2022

PENINGKATAN KEBERDAYAAN KONSUMEN PENYANDANG DISABILITAS

Fauzia Rahmi, Megawati Simanjuntak*, Santi Utami Dewi

Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia IPB

*Email : mega_juntak@apps.ipb.ac.id

Isu Kunci

- Penyandang disabilitas adalah individu yang rentan, perlu diberikan perlindungan khusus.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 mengatur aksesibilitas yang dibutuhkan disabilitas.
- Indeks keberdayaan konsumen penyandang disabilitas berada pada kategori tidak berdaya.
- Konsumen disabilitas tidak berdaya karena belum mampu untuk mengelola pengetahuannya, merasa tidak percaya diri serta tidak tegas saat memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen.

Ringkasan

Konsumen yang berdaya adalah konsumen yang mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen, serta berani untuk menyampaikan keluhan. Penyandang disabilitas termasuk pada golongan masyarakat yang rentan dan berhak untuk menerima perlindungan khusus dari lingkungannya. Indeks keberdayaan konsumen penyandang disabilitas masuk dalam kategori tidak berdaya. Hasil skor berdasarkan traffic light system menunjukkan penyandang disabilitas memiliki skor terendah pada dimensi pengetahuan konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya kerjasama antara lembaga perlindungan konsumen dan pemerintah untuk meningkatkan keberdayaan konsumen penyandang disabilitas di Indonesia. Salah satunya dengan meningkatkan pengetahuan konsumen terkait hak dan kewajiban konsumen.

Pendahuluan

Keberdayaan konsumen merupakan kondisi subjektif konsumen untuk mencari informasi, mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen, serta berani untuk menyampaikan keluhan saat merasa tidak puas menggunakan layanan (Simanjuntak dan Saniyya 2021). Konsumen berdaya yaitu konsumen yang sudah mampu mengelola pengetahuannya, tegas dalam merespon saat menemukan ketidakadilan sebagai konsumen, serta percaya diri dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen (Simanjuntak 2019). Keberdayaan konsumen sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti di bidang kesehatan, dan ibu rumah tangga (Simanjuntak et al. 2014; Simanjuntak 2015; Simanjuntak 2019; Simanjuntak dan Tesiana 2021; Putri dan Simanjuntak 2022).

Keberdayaan konsumen di Indonesia dapat diukur dengan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK). Berdasarkan hasil survei pada tahun 2021, keberdayaan konsumen di Indonesia meningkat yaitu sebesar 50.39 persen atau berada pada level mampu, yang sebelumnya hanya 49.07 persen (BPKN 2022). Konsumen Indonesia sudah mampu untuk menggunakan hak dan kewajibannya sebagai konsumen untuk menentukan pilihan terbaik.

Berdasarkan data dari BPS 2020 tercatat bahwa jumlah penyandang disabilitas yaitu sebanyak 22.5 juta jiwa (Kementerian Sosial 2021). Penyandang disabilitas merupakan “setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak” (Undang-Undang No. 8 tahun 2016). Konsumen disabilitas sendiri merupakan golongan masyarakat rentan yang berhak untuk

menerima perlindungan khusus dari lingkungannya.

Indonesia telah menetapkan kebijakan tentang perlindungan konsumen pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu: (1) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; (2) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; dan (3) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Faktanya, masih ditemukan kasus-kasus tentang konsumen yang tidak mendapatkan haknya sebagai konsumen termasuk konsumen disabilitas.

Salah satu kasus yang terjadi yaitu penyandang disabilitas fisik yang diperlakukan tidak adil atau terjadi diskriminasi oleh staf penerbangan, berdasarkan kasus tersebut alasan diturunkan penumpang penyandang disabilitas karena penyandang disabilitas tersebut tidak ditemani oleh pendamping, namun setelah diperiksa kembali peraturan tersebut tidak demikian (Ika 2016). Hal tersebut tidak sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas yang didalamnya juga mengatur terkait aksesibilitas yang dibutuhkan bagi konsumen disabilitas.

Perlindungan konsumen menjadi isu yang sangat penting bagi konsumen disabilitas. Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) di Indonesia secara umum masih tergolong kurang berdaya. Konsumen belum berdaya akan mudah untuk terkena penipuan atau menerima ketidakadilan menjadi konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha tidak jujur. Adanya kasus ketidakadilan yang diterima oleh konsumen

disabilitas, menunjukkan bahwa konsumen disabilitas masih belum berdaya.

Undang-undang yang menjelaskan tentang hak-hak konsumen penyandang disabilitas didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dikaitkan dengan Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2017 tentang Penyediaan Aksesibilitas pada Pelayanan Transportasi Publik bagi Pengguna Jasa Berkebutuhan Khusus, yaitu wajib bagi penyelenggara jasa transportasi untuk menyediakan pelayanan bagi pengguna jasa penyandang disabilitas, serta harus menyediakan sarana dan prasarana layanan yang memudahkan bagi konsumen penyandang disabilitas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan upaya untuk meningkatkan Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Indonesia, khususnya pada kelompok disabilitas. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui indeks keberdayaan konsumen pada konsumen penyandang disabilitas dan strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keberdayaan konsumen.

Pembahasan

Keberdayaan Konsumen Penyandang Disabilitas

Hasil pengukuran yang dilakukan menggunakan *Asean Consumer Empowerment Index* (2020) menunjukkan bahwa skor keberdayaan konsumen penyandang disabilitas berada pada kategori *least empowered* atau berada pada kategori tidak berdaya dengan poin berada dibawah 78. Capaian yang diperoleh penyandang disabilitas pada tahun 2022 yaitu sebesar 74.50 atau mencapai 57.31 persen pemberdayaan konsumen. Indeks keberdayaan konsumen penyandang disabilitas mencapai 46.63. Hasil yang diperoleh lebih kecil dari indeks keberdayaan konsumen di Indonesia

tahun 2021 yaitu sebesar 50.93. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya perbedaan indikator dan metode penilaian pada kedua alat ukur yang digunakan.

Tabel 1 Skor keberdayaan konsumen penyandang disabilitas di Indonesia

Dimensi	Skor Keberdayaan Konsumen Indonesia	% Pencapaian	Indeks (Skala 0-100)
Pengetahuan Konsumen	15.98 dari 40	39.95	24.94
Keterampilan Konsumen	28.23 dari 45	62.73	53.42
Ketegasan Konsumen	30.29 dari 45	67.31	59.14
Total	74.50 dari 130	57.31	46.63

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan *traffic light system* yang dikembangkan oleh Kim dan Kim (2011) dan Emrich *et al.* (2017), setiap dimensi pada variabel keberdayaan konsumen memiliki peringkat yang berbeda. Pada Tabel 2 disajikan peringkat indikator berdasarkan *traffic light system*.

Tabel 2 Peringkat indikator berdasarkan *traffic light system*

Peringkat	Dimensi		
	Kesadaran/ Pengetahuan Konsumen	Keterampilan/ Kompetensi Konsumen	Konsumen/ Ketegasan
1	Hak konsumen	Mengumpulkan informasi	Mencari ganti rugi
2	Kewajiban bisnis	Deteksi penipuan	Kepatuhan
3	Tanggung jawab konsumen	Menilai risiko	Baca syarat dan ketentuan
4	Organisasi lain	Pahami penggunaan	Buat perbandingan
5	Institusi primer	Mencari ganti rugi	Berkontribusi dalam pembuatan kebijakan
6	Perundang-undangan	Konsumsi berkelanjutan	Berpartisipasi dalam kelompok konsumen
7	Ganti saluran	Keterampilan keuangan	Berbagi informasi
8	Program konsumen	Pahami label	Mencari informasi
9		Keterampilan numerik	Laporkan masalah

Pada dimensi pertama yaitu kesadaran/pengetahuan konsumen, semua kategori tergolong kurang berdaya dengan skor rata-rata di bawah 2.0. Hal ini dapat diartikan bahwa pengetahuan konsumen terkait hak dan kewajiban konsumen masih rendah. Dengan demikian, perlu untuk ditingkatkan pengetahuan konsumen terkait dengan hak dan kewajiban pelaku usaha maupun hak dan kewajiban sebagai konsumen penyandang disabilitas. Pada dimensi pengetahuan konsumen, seluruh indikator berwarna merah atau berada pada kategori rendah. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen dapat lebih fokus untuk meningkatkan indeks keberdayaan konsumen yang berfokus kepada peningkatan pengetahuan konsumen terkait hak dan kewajiban konsumen.

Selanjutnya, dimensi kedua yaitu keterampilan/kompetensi konsumen, pada indikator mengumpulkan informasi responden berada pada kategori berdaya dengan rata-rata di atas 4.0, sedangkan untuk tiga indikator yaitu keterampilan konsumen, pahami label, keterampilan numerik itu berada pada kategori kurang berdaya, dan empat indikator lainnya berada pada kategori cukup berdaya dengan rata-rata skor di atas 3.0. Responden dikategorikan cukup berdaya, hal tersebut dapat terjadi salah satunya yaitu responden sudah berani untuk melakukan komplain terhadap barang/jasa yang mengalami masalah. Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen dapat lebih berfokus kepada keterampilan keuangan, pahami label, dan keterampilan numerik untuk dapat meningkatkan indeks keberdayaan konsumen pada penyandang disabilitas di Indonesia.

Pada dimensi ketiga yaitu perilaku/ketegasan konsumen, tujuh indikator berada pada kategori cukup berdaya dan dua indikator lainnya yaitu mencari informasi dan laporkan masalah berada pada kategori tidak berdaya dengan rata-rata skor kurang dari 2.0.

Responden dikategorikan cukup berdaya, hal ini dapat terjadi salah satunya yaitu responden membiasakan diri untuk membaca syarat dan ketentuan yang ada saat melakukan transaksi pembelian.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, setiap dimensi pada variabel keberdayaan konsumen memiliki skor yang berbeda. Pada dimensi pengetahuan konsumen, skor yang diperoleh adalah 15.98 dengan poin terendah berada pada indikator program konsumen. Pada dimensi keterampilan konsumen, skor yang diperoleh adalah 28.23 dengan poin terendah berada pada indikator keterampilan numerik. Selanjutnya, pada dimensi ketegasan konsumen skor yang diperoleh adalah 30.29 dengan poin terendah yaitu berada pada indikator laporkan masalah. Dengan demikian, untuk meningkatkan setiap dimensi dapat berfokus kepada indikator yang berada pada warna merah atau yang masih belum berdaya. Selain itu, untuk meningkatkan indeks keberdayaan konsumen pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen dapat berfokus kepada dimensi yang memiliki skor paling rendah yaitu pengetahuan konsumen.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Indeks keberdayaan konsumen penyandang disabilitas berada pada kategori *least empowered* atau berada pada kategori tidak berdaya. Hasil skor berdasarkan *traffic light system*, pada dimensi pengetahuan seluruh indikator berada pada kategori belum berdaya. Pada dimensi keterampilan konsumen terdapat tiga indikator yang berada pada kategori belum berdaya. Selanjutnya, pada dimensi ketegasan konsumen terdapat dua indikator yang berada pada kategori belum berdaya.

Berdasarkan hasil penelitian, indeks keberdayaan konsumen penyandang disabilitas masih rendah dan termasuk belum berdaya. Hal ini mengindikasikan bahwa perlu adanya

pemberdayaan konsumen untuk meningkatkan keberdayaan konsumen penyandang disabilitas di Indonesia. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan adanya perlindungan konsumen penyandang disabilitas yang tercantum pada Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999. Namun, masih perlu adanya perbaikan kebijakan dari undang-undang perlindungan konsumen agar kebijakan fokus juga terhadap konsumen penyandang disabilitas, sehingga dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen penyandang disabilitas sehingga konsumen penyandang disabilitas merasa berdaya sebagai konsumen.

Pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen dapat memberikan fasilitasi berupa seminar untuk dapat meningkatkan indeks keberdayaan konsumen penyandang disabilitas di Indonesia. Selain itu, pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen secara bersama-sama membantu untuk meningkatkan harga diri pada konsumen penyandang disabilitas, dengan memberikan fasilitas bagi penyandang disabilitas seperti konsultasi dari para ahli secara gratis, memberikan pelatihan yang berkaitan dengan harga diri dan rasa percaya diri para konsumen penyandang disabilitas.

Selanjutnya, pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen dapat secara ketat untuk mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan dan peraturan terkait akses informasi bagi konsumen penyandang disabilitas yang diberikan oleh pelaku usaha, seperti menyediakan papan informasi khusus untuk penyandang disabilitas seperti tinggi lembaran informasi agar dapat dijangkau oleh pengguna kursi roda. Pelaku usaha tidak hanya berfokus kepada akses non-verbal saja, melainkan juga terhadap sumber daya manusia, seperti perlu adanya karyawan profesional yang sudah terlatih untuk melayani penyandang disabilitas yang dapat memudahkan konsumen

penyandang disabilitas mendapatkan informasi dengan mudah. Pada aplikasi tempat belanja *online*, pelaku usaha diharapkan menyediakan fitur untuk memudahkan konsumen penyandang disabilitas memperoleh informasi produk, seperti terdapat fitur *talkback*. Lainnya, perlu adanya SOP khusus bagi karyawan untuk melayani konsumen penyandang disabilitas, contohnya seperti mengetahui cara melayani konsumen penyandang disabilitas serta bisa berbahasa isyarat agar dapat melayani konsumen penyandang disabilitas yang mempunyai gangguan pendengaran atau tunawicara dengan baik. Upaya tersebut diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen penyandang disabilitas sehingga konsumen penyandang disabilitas merasa berdaya sebagai konsumen.

Daftar Pustaka

- ASEAN. 2020. The Report ASEAN Consumer Empowerment Index (ACEI). Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Emrich TE, Qi Y, Lou WY, L'Abbe MR. 2017. Traffic-light labels could reduce population intakes of calories, total fat, saturated fat, and sodium. *PLoS One*. 12(2):1–10. doi:10.1371/journal.pone.0171188.
- Ika A. 2016. Etihad Airlines Minta Maaf ke Ariyani Penyandang Disabilitas yang Diturunkan Paksa. *Kompas.com.*, siap terbit. [diakses 2021 Sep 10]. <https://money.kompas.com/read/2016/04/07/123807126/Etihad.Airlines.Minta.Maaf.ke.Ariyani.Penyandang.Disabilitas.yang.Diturunkan.Paksa?page=all>.
- Kemensos. 2021. Sistem Informasi Management Penyandang Disabilitas. Kementerian Sos RI., siap terbit.
- Kim WS, Kim DH. 2011. Development and application of socioeconomic assessment indicators for an ecosystem-based

- fisheries management: An application of traffic light system method. *The Journal of Fisheries Business Administration*. 42(1): 71-83. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO201129362559258.page>
- BPKN. 2021. BPKN Terima 2.181 Pengaduan Konsumen per 22 April. CNN Indonesia.
- Pemerintah Pusat. 1999. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999.
- Pemerintah Pusat. 2016. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016. <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS-RJ/RBG/RBG1995>
- Putri RRE, Simanjuntak M. 2022. Jurnal Manajemen Indonesia Consumer Empowerment Index in the Telecommunications Sector : The Role Of Socio-Demographic and Lifestyle. 22(1):47-60. doi:10.25124/jmi.v22i1.3214.
- Rosenberg M. 1965. *Society and the Adolescent Self-Image*. Princeton: Princeton University Press.
- Simanjuntak M, Saniyya RU. 2021. Consumer empowerment in transportation sector. *Int Res J Bus Stud*. 14(1):1-12. doi:10.21632/irjbs.14.1.1-12.
- Simanjuntak M. 2015. Consumer empowerment index among undergraduate students of bogor agricultural university , indonesia. *Asian J Bus Manag*. 3(3):183-191. <http://www.ajouronline.com/index.php/AJBM/article/view/1538/1406>.
- Simanjuntak M. 2019. Generation Y's Complaint Behavior toward Online Shopping. *Indep J Manag Prod*. 10(1):101. doi:10.14807/ijmp.v10i1.839.
- Simanjuntak M, Tesiana RY. 2021. Understanding the consumer empowerment in health service. *Indep J Manag Prod*. 12(7):1627-1646. doi:10.14807/ijmp.v12i7.1394.
- Simanjuntak M, Amanah S, Puspitawati H,
- Asngari PS. 2014. Consumer empowerment profile in rural and urban area. *ASEAN Mark J*. 6(1):38-49. doi:10.21002/amj.v6i1.3611.



**Direktorat
Publikasi Ilmiah
dan Informasi Strategis**

Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis IPB (DPIS IPB) melaksanakan tugas dalam mengkaji dan mengelola informasi terkait isu-isu strategis untuk meningkatkan peran IPB dalam kebijakan pertanian, kelautan dan biosains tropika, serta mendorong peningkatan publikasi ilmiah untuk mendukung IPB menjadi World Class University.

Direktorat Publikasi Ilmiah dan Informasi Strategis (DPIS), IPB University
Gedung LSI Lantai 1, Jl. Kamper, Kampus IPB Dramaga, Bogor - Indonesia 16680
Website: <https://dpis.ipb.ac.id>

