

ANALISIS KEBERDAYAAN KONSUMEN DI KOTA X

Pandji Anoraga¹

¹STIE Bank BPD Jateng

email: agape.pusat@yahoo.com

ABSTRACT

Today's consumers are in an increasingly complex market and are faced with an increasing amount of information with an increasingly diverse choice of products and services. Consumers are more exposed to fraud, thus requiring more expertise and knowledge than before. Thus, the government and producers are increasingly important to empower and make the best consumers aware. Law No. 8/1999 describes Consumer Protection, the main factor that becomes consumer weakness is the low level of consumer awareness of their rights. Therefore, the Consumer Protection Law is intended to be a strong legal basis for the government and non-governmental consumer protection organizations to empower consumers through consumer guidance and education. This empowerment effort is important because it is not easy to expect awareness of business actors, whose principle is to get maximum benefits.

Keyword: Consumer Protection Law, Consumer Protection Law, Consumer Protection Principles and Objectives, Consumer Rights and Obligations

ABSTRAK

Konsumen saat ini berada dalam pasar yang semakin kompleks dan dihadapkan pada jumlah informasi yang semakin banyak dengan pilihan produk dan jasa yang semakin beragam. Konsumen lebih mudah terpapar pada penipuan, sehingga membutuhkan keahlian dan pengetahuan yang lebih dibandingkan dengan sebelumnya. Dengan semikian, pemerintah dan produsen semakin penting untuk memberdayakan dan menyadarkan konsumen dengan sebaik-baiknya. Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan tentang Perlindungan Konsumen, faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah rendahnya tingkat kesadaran konsumen terhadap haknya. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat untuk pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha, yang prinsipnya adalah mendapat keuntungan secara maksimal.

Keyword: Undang-undang Perlindungan Konsumen, Hukum Perlindungan Konsumen, Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen, Hak dan Kewajiban Konsumen

1. Pendahuluan

Konsumen saat ini berada dalam pasar yang semakin kompleks dan dihadapkan pada jumlah informasi yang semakin banyak dengan pilihan produk dan jasa yang semakin beragam. Konsumen lebih mudah terpapar pada penipuan, sehingga membutuhkan keahlian dan pengetahuan yang lebih dibandingkan dengan sebelumnya. Dengan semikian, pemerintah dan produsen semakin penting untuk memberdayakan dan menyadarkan konsumen dengan sebaik-baiknya. Keberdayaan konsumen adalah keadaan subyektif positif yang ditimbulkan oleh

peningkatan control (Wathieu et al. 2002). Konsumen dapat diberdayakan melalui sumber yang berbeda, baik melalui regulasi pemerintah maupun pendidikan konsumen (Hunter dan Garnefeld. 2008).

Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan tentang Perlindungan Konsumen, faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah rendahnya tingkat kesadaran konsumen terhadap haknya. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat untuk pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya

masyarakat untuk melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha, yang prinsipnya adalah mendapat keuntungan secara maksimal.

Keberdayaan konsumen adalah peningkatan kontrol konsumen yang berdampak positif pada perilaku konsumen terkait konsumsi barang dan jasa (Direktorat Pemberdayaan Konsumen, 2015). Keberdayaan konsumen memiliki tiga dimensi utama yaitu dimensi ketegasan konsumen, dimensi pengalaman praktik tidak adil pelaku usaha dan pemenuhan hak konsumen, dan dimensi keterampilan konsumen (Simanjuntak, 2014). Konsumen yang berdaya adalah mereka yang paham dengan baik mengenai hak dan kewajibannya, sehingga memiliki ketrampilan dasar yang memadai dalam perilakunya sehari-hari sebagai konsumen. Keterampilan dasar tersebut antara lain mampu membandingkan harga, mengecek tanggal kadaluarsa, label dan nomor registrasi produk, serta memperhatikan kualitas produk yang Puska Dagri, BPPP, Kementerian Perdagangan, 2016 2 dibeli (Simanjuntak, 2014). Selain itu, mereka juga berperan aktif dalam memperjuangkan hak-haknya. Namun demikian, hasil studi yang dilakukan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen (2015) menunjukkan bahwa tingkat keberdayaan konsumen di Indonesia, yang diukur melalui Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK), masih rendah yaitu 34,17%. Artinya, konsumen di Indonesia ada pada tahap memahami hak dan kewajibannya, namun belum mampu berperan aktif melindungi dirinya.

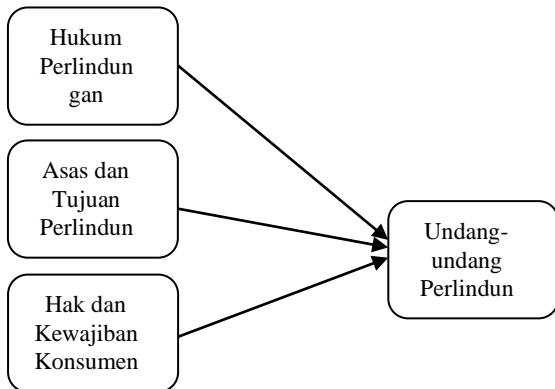
Masalah utama konsumen di Indonesia, menurut Sumiyati dan Fatmasari (2006) adalah kesadaran orang Indonesia akan hak dan tanggung jawab konsumen pada umumnya rendah dibandingkan negara lain, jumlah pengajuan di Indonesia jauh lebih rendah. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

(YLKI) menyatakan bahwa selama tahun 2012 sebanyak 620 kasus pengaduan konsumen, yang lebih disebabkan oleh rendahnya kesadaran konsumen untuk melaporkan ketidakadilan yang diterimanya.

Oleh karena itu, pemerintah dinilai perlu untuk melakukan upaya-upaya dalam rangka meningkatkan keberdayaan konsumen. Seperti yang telah disebutkan dalam salah satu regulasi di atas, pemberdayaan konsumen dapat ditingkatkan melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan. Upaya tersebut diimplementasikan dalam bentuk penyuluhan ke kelompok-kelompok masyarakat, seminar dan workshop di perguruan tinggi dan instansi terkait, serta kampanye “Konsumen Cerdas”. Namun demikian, berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Puska Dagri (2016) pada hampir 5.000 konsumen di seluruh Indonesia, rata-rata lebih dari 80% dari mereka tidak mengetahui dan tidak ikut serta dalam kegiatan sosialisasi “Konsumen Cerdas”. Dengan demikian, pemerintah dinilai perlu menggunakan sarana lain dalam upaya pemberdayaan konsumen. Salah satunya adalah menasar program pemberdayaan kepada kelompok konsumen tertentu, misalnya penggalakan sadar SNI melalui Masyarakat Standarisasi (MASTAN). Kelompok konsumen ini berfungsi melakukan edukasi dan advokasi terkait perlindungan konsumen kepada para anggotanya.

Melihat banyaknya permasalahan yang dihadapi oleh konsumen, diperlukan satu kajian tentang keberdayaan konsumen tanpa memfokuskan pada kelas produk tertentu.

Gambar 1. Hubungan Antara Variabel Penelitian



Metode Penelitian

Data yang digunakan dalam analisis ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari para responden konsumen secara acak di kota X sejumlah 100 responden . Sementara data sekunder yang dikumpulkan meliputi regulasi, literatur dan referensi yang terkait.

Hasil dan Pembahasan

Studi Nardo et al. (2011) mengukur indeks keberdayaan konsumen pada konsumen Eropa menggunakan tiga dimensi, yakni : (1) Keterampilan konsumen, yakni keterampilan numerik dan keuangan dasar serta pengetahuan merek, tentang logo dan simbol; (2) Level

informasi konsumen yakni pengetahuan konsumen tentang hak-haknya (kesadaran tentang ketidakadilan persyaratan kontraktual, praktek-praktek iklan yang tidak adil, hakhak jaminan, hak pembelian jarak jauh, dll), harga, lembaga lembaga pemerintah dan non-pemerintah yang melindungi konsumen, sumber informasi berbeda tentang urusan konsumen; dan (3) Ketegasan konsumen, yakni keluhan dan perilaku melaporkan, serta pengalaman konsumen terhadap penawaran yang menyesatkan atau mengandung kecurangan.

Survey yang dilakukan melalui studi : The Consumer Empowerment Index: A measure of skills, awareness and engagement of European consumers" oleh Nardo et al., (2011) di 29 negara Eropa terhadap 56-470 responden melalui survey online internet. Hasil survey Eurobarometer tersebut diperoleh Indeks keberdayaan konsumen di 29 negara adalah antara skor terendah yakni 37.83 (Romania) hingga skor tertinggi yakni 61.63 (Norwegia).

Dari penelitian dan pengumpulan data yang ada tentang pemahaman konsumen terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen Kota X dapat ditunjukkan pada tabel di bawah:

Tabel 1
Data Pemahaman Responden Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen Kota X

Pertanyaan	Kota X		
	Tahu	Tidak Tahu	Lainya
Apakah Anda Tahu Tentang UU No. 8 Tahun 1999	43	50	7
Persentase Per Kab/ Kota	43%	50%	7%
Total	100		
Keluhan apa yang dialami konsumen berkaitan produk/jasa	Produk/Layanan Rusak	Produk/Layanan Tidak Standar	Lainya
	30	60	10
Persentase per kab/kota	30%	60%	10%
Total	100		

Kemana anda pernah melaporkan ?	Instansi	Kepolisian	Lainya
	27	1	72
Persentase per kab/kota	27%	1%	72%
Total	100		
Pernahkah Ditanggapi atas laporanya ?	Ditanggapi	Tidak	Lainya
	30	37	33
Persentase per kab/kota	30%	37%	33%
Total	100		
Dimana Kejadian layanan tsb ?	Pedagang	Pemasok	Lainya
	80	8	12
Persentase per kab/kota	80%	8%	12%
Total	100		
Apa yang didapatkan dengan UU Perlindungan konsumen	Konsumen terlindungi	Produk/jasa terjaga keamananya	Lainya
	57	31	12
Persentase per kab/kota	57%	31%	12%
Total	100		

Data Pengisi Responden Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen Kota X

No	Tanggal Pengisian Kuesioner	Nama Responden	Umur Responden	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
1	26/09/2020	Linda firanika	23	SLTA	Swasta
2	26/09/2020	Ade Ayu	33	SLTA	Karyawan swasta
3	26/09/2020	Eka lutfiah anggraini	18	SLTA	Belum bekerja
4	26/09/2020	Evi Lestari	23	SLTA	Sales
5	26/09/2020	Hani Asih	39	SLTA	Karyawan swasta
6	26/09/2020	Adam Malik	21	SLTA	Agent call center
7	26/09/2020	Ade Ayu	33	SLTA	Karyawan swasta
8	26/09/2020	Agung Prasetyo	19	SLTA	Karyawan swasta
9	26/09/2020	Gayuh Amaranggana	18	SLTA	Barista
10	26/09/2020	Agung Prasetyo	19	SLTA	Karyawan swasta
11	26/09/2020	Rayi wangi agusty	20	SLTA	Freelance
12	26/09/2020	Eka lutfiah anggraini	18	SLTA	Belum bekerja
13	26/09/2020	Stiyoko	29	SLTA	Driver
14	28/09/2020	Arif Dwi Julianto	20	Sarjana	Mahasiswa
15	30/09/2020	Siti Puryandani	47	Doktor	Dosen
16	30/09/2020	Rudi S	53	Magister	Swasta
17	30/09/2020	Grace	43	Doktor	Dosen
18	30/09/2020	Lia	36	Magister	Dosen
19	30/09/2020	Ali Mursid	51	Doktor	Dosen
20	30/09/2020	Hidayat	44	Magister	Dosen
21	30/09/2020	rodakir	41	SLTA	supir
22	30/09/2020	Izza	30	Magister	Dosen
23	30/09/2020	Pratomo Cahyo Kurniawan	30	Magister	Dosen
24	30/09/2020	Nugroho Heri Pramono	29	Magister	Dosen
25	30/09/2020	Yohana Kus	51	Magister	Dosen
26	30/09/2020	Suryakusuma Kholid H	31	Magister	Dosen
27	26/09/2020	Eka Fatma Dewi	20	SLTA	Karyawan Swasta
28	26/09/2020	Febri Glend Simarmata	25	SLTA	Belum bekerja
29	26/09/2020	Muh Yusuf Barlian	27	SLTA	Karyawan Swasta
30	01/10/2020	Rizki	28	Sarjana	Karyawan bumd
31	01/10/2020	Nur muhammad Zawal alfalahi	20	SLTA	Free

No	Tanggal Pengisian Kuesioner	Nama Responden	Umur Responden	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
32	02/10/2020	Handoko	57	Sarjana	Guru
33	01/10/2020	Luluk ardiyanti	18	SLTA	belum bekerja
34	01/10/2020	Nurul Auliya	18	SLTA	Belum bekerja
35	02/10/2020	Rahandy R.P	28	Magister	Akademisi
36	02/10/2020	Daniel Budi Wibowo	56	Magister	karyawan
37	04/10/2020	Anna Noorhajati	50	Sarjana	Ibu Rumah tngga
38	01/10/2020	DWI BUDHI SUNARYO	42	SLTA	Swasta
39	01/10/2020	Refael Rian Saputra	18	SLTA	Belum bekerja
40	01/10/2020	Anis Mashdurohaturun	18	SLTP	Belum bekerja
41	01/10/2020	Fatonah	24	SLTA	Wiraswasta
42	02/10/2020	Indra Erpliansyah, SE, MM	50	Magister	PNS
43	02/10/2020	Santoso Darmawan Soebagio	59	SLTA	Wiraswasta
44	22/11/1999	OVIN	20	SLTA	SWASTA
45	02/10/2020	Handoko	55	Sarjana	Karyawan Swasta
46	02/10/2020	andreas	51	Sarjana	wiraswasta
47	02/10/2020	Wibisono	56	Magister	Pensiunan
48	03/10/2020	Suratno	50	SLTA	Swasta
49	03/10/2020	Rachel Wahjoe P	55	SLTA	Swasta
50	04/10/2020	Wasono	48	Sarjana	Swasta
51	05/10/2020	Budi widjaja	49	Sarjana	Swasta
52	05/10/2020	Pamungkas Wisnu Saputra	34	Sarjana	Pegawai Swasta
53	05/10/2020	Adiwidito	60	Sarjana	Swasta
54	03/10/2020	Raka Suryandaru	34	Magister	Konsultan
55	06/10/2020	Agustinus Andy Toryanto	55	Doktor	Notaris
56	06/10/2020	Rahmi yuliana	42	Sarjana	Dosen
57	06/10/2020	Gunawan Indra W	41	Sarjana	Swasta
58	06/10/2020	riyan	22	Sarjana	konsultan
59	07/10/2020	Novi	33	SLTA	Swasta
60	07/10/2020	Endah Soesiana	45	Sarjana	Swasta
61	08/10/2020	TRIYONO SURYONING PUTRO	69	Magister	Pensiunan
62	06/10/2020	Sri Hartati	49	Sarjana	Swasta
63	28/09/2020	Sri Hartati	51	SLTA	Ibu Rumah Tangga
64	25/09/2020	Diah Umayu	57	Sarjana	Karyawan
65	13/10/2020	Dhea Sabrina Irawan	18	SLTA	Mahasiswi
66	22/10/2020	aditia pamungkas	22	Sarjana	admin
67	22/10/2020	Javiera Asha E	21	SLTA	Mahasiswa
68	22/10/2020	Arifin Subekti	30	Sarjana	Pegawai swasta
69	22/10/2020	Candra Paramita	21	SLTA	Mahasiswa
70	22/10/2020	Aziz hariyanto	22	Sarjana	Mahasiswa
71	22/10/2020	Yasin Ihtiarasari	23	SLTA	Mahasiswa
72	22/10/2020	Abdul Rohim	22	SLTA	Mahasiswa
73	22/10/2020	Kusdiyanto	45	Sarjana	Pengusaha
74	16/03/1999	Muhamad Prasetyo	21	SLTA	Mahasiswa
75	22/10/2020	Nike Permata	21	Sarjana	CREATIVE
76	23/10/2020	Arai	21	SLTA	Mahasiswa
77	16/11/2020	Putri Anjani N	18	SLTA	Mahasiswi
78	16/11/2020	Tia mitra	20	SLTA	mahasiswa
79	16/11/2020	Muchammad Agum Maulana	19	SLTA	tidak bekerja
80	16/11/2020	MUHAMMAD A'ZHIM RUSYDIL	18	SLTA	Mahasiswa
81	17/11/2020	Anisa Desti Adelianna	18	SLTA	Mahasiswa
82	17/11/2020	Vicky Reyna Ayu Dewayanti	18	SLTA	Pelajar - Mahasiswi
83	17/11/2020	Miftakhul Saidah Amalia	18	SLTA	Belum bekerja
84	17/11/2020	Khoiriatul Alimah	17	SLTA	Belum bekerja
85	19/11/2020	Muh. Khatama Insani	21	SLTA	Junior Programmer
86	19/11/2020	Julius Warih	22	Sarjana	Programer
87	19/11/2020	Ihsanudin	25	Sarjana	Swasta
88	22/11/2020	Yudha	33	Sarjana	Swasta

No	Tanggal Pengisian Kuesioner	Nama Responden	Umur Responden	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan
89	24/11/2020	Suprpto	68	Sarjana	Wiraswasta
90	24/11/2020	Sari Prativina	30	Sarjana	Swasta
91	25/11/2020	Sri Sugiyanti	40	Sarjana	Swasta
92	25/11/2020	Kurniawan	45	SLTA	Swasta
93	25/11/2020	A Herdinata	40	Sarjana	Swasta
94	25/11/2020	Cahyo	41	Sarjana	Swasta
95	25/11/2020	Jua Martini	43	Sarjana	Swasta
96	26/11/2020	Ijalyono	50	SLTA	Swasta
97	26/11/2020	Vivin	40	SLTA	Swasta
98	26/11/2020	Arda	40	Sarjana	Swasta
99	26/11/2020	Tejo	47	Sarjana	Swasta
100	26/11/2020	Rina	41	Sarjana	Swasta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian masyarakat di Kota X belum memahami UU tentang perlindungan konsumen. Dimana tertera pada table diatas terdapat 100 sampel yang mengisi kuesioner mengenai UU perlindungan konsumen terdapat 50% responden yang masih belum mengerti apa itu UU perlindungan konsumen. Karena sebagian besar masyarakat belum memahami UU perlindungan konsumen, maka sangat mempengaruhi kedalam pertanyaan pertanyaan selanjutnya yang tertera di kuesioner yang disebar.

Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin menguatkan perlunya peran untuk mengedukasi, memasyarakatkan dan mensosialisasikan perlindungan konsumen dengan bersinergi antara tri pilar, yakni unsur pemerintah, pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha fokus untuk memproduksi dan berdagang dengan benar, serta LPKSM bekerja sama dengan pemerintah untuk mengedukasi konsumen dan mengontrol pelaku usaha. Konsumen yang berdaya akan lebih percaya diri memperjuangkan haknya ketika merasakan kerugian atau situasi yang kurang menyenangkan. Konsumen dapat dikatakan berdaya ketika mampu mengelola pengetahuan yang dimilikinya yang diseimbangkan dengan ketegasan dalam menanggapi perubahan. Perasaan berdaya juga ditunjukkan oleh konsumen yang yakin akan potensi dirinya untuk memanfaatkan kesempatan yang kelak

bermanfaat bagi diri dan lingkungan sekitarnya (Thogersen 2005).

Kesimpulan

Dari laporan pekerjaan ini dapat disimpulkan bahwa :

- Banyak dari masyarakat yang belum bahkan tidak mengetahui sama sekali tentang adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- Belum mengerti manfaat dari adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk pelaku usaha maupun konsumen.
- Banyak masyarakat yang enggan untuk menerapkan UU perlindungan konsumen dengan baik.

Referensi

- Arikunto, S. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta : Bina Aksara.
- Babbie, E. 1992. *The practice of social research*. California : Wardsworth Publishing Company.
- Becker J, Kovach AC, Gronseth DL. 2004. "Individual empowerment: How community health workers operationalize self-determination, self-sufficiency, and decision-making abilities of low-income mothers." *Journal of Community Psychology*, 32(3), 327-342.
- Boehm A, Staples LH. 2004. "Empowerment: The point of view

- of consumer." *Families in Society*, 85(2), 270-280.
- Commission of The European Communities. 2007. EU consumer policy strategy 2007-2013 : Empowering Consumers, Enhancing Their Welfare, Effectively Protecting Them, Brussels. [internet]. [diunduh 15 Januari 2014]. Tersedia pada: http://ec.europa.eu/consumers/overview/fcons_policy/doc/EN_99.pdf.
- Commission Staff Working Paper Brussels. 2011. Consumer Empowerment in the EU Brussels, 07.04.2011 SEC (2011) 469 final.
- Dasipah E, Budiyo H, Julani M. 2010. "Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di pasar modern Kota Bekasi." *Jurnal agribisnis dan pengembangan wi/ayah* 1(2): 24-37.
- Direktorat Pemberdayaan Konsumen. 2015. Pemetaan Indeks Keberdayaan Konsumen Indonesia 2015. Kementerian Perdagangan.
- Direktorat Jenderal Standardisasi dan Perlindungan Konsumen, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2012. PilarPilar Peningkatan Daya Saing dan Perlindungan Konsumen. Standardisasi Pemberdayaan Konsumen Pengawasan Barang Beredar & Jasa Metrologi Pengembangan Mutu Barang. Jakarta.
- European Commission. 2011. Consumer Empowerment in the EU: Commission Staff Working Paper, pages 1 and 2.
- Hunter GL, Garnefeld I. 2008. 11When does Consumer Empowerment Lead to Satisfied Customers?: Some Mediating and Moderating Effects of the EmpowermentSatisfaction Link." *Journal of Research for Consumers* 15 : 1-4.
- Hur MH. 2006. 11Empowerment in terms of theoretical perspectives: exploring a typology of the process and components across disciplines." *Journal of Community Psychology*, 34 (5), 523-540.
- lfe J. 2002. *Community Development, Creating Community Alternatives: Vision, Analysis and Practice* 2nd Edition. Australia (AU) : Longman.
- Kerlinger. 1973. *Metode penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Larson R, Walker K, Pearce N. 2005. 11A comparison of youth-driven and adult-driven youth programs: Balancing inputs from youth and adults." *Journal of Community Psychology*, 33(1), 57-74.
- Lyon P, Kinney D, Colquhoun A. 2002. 11Experience, change and vulnerability: consumer education for older people revisited." *International Journal of Consumer Studies*, 26, 178- 187.
- Nardo M, Loi M, Rosati R, Manca A. 2.011. *The Consumer Empowerment Index : A measure of skills, awareness and engagement of European consumers*. EUR 24791 EN-2011. [diunduh 9 Maret 2012]. Tersedia pada: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_empowerment/docs/JRC_report_cons_umer_empowerment_en.pdf. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Parpart JL, Rai SM, Staudt K. 2003. *Rethinking empowerment: Gender and development in a global/local world*. New York (AS): Routledge.
- Simanjuntak M. 2014. *Tingkat Keberdayaan dan Strategi Pemberdayaan Konsumen*. [Disertasi]. Bogor: Sekolah

- Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Singarimbun M, Effendi S. 1995. Metode Penelitian Survei, Edisi Revisi, PT. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Speer PW. 2000. 11 Intrapersonal and interactional empowerment: Implication for theory." *Journal of Community Psychology*, 28(1), 51-61.
- Sprague J, Hayes I. 2000. 11 Self-determination and empowerment: A feminist standpoint analysis of talk about disability." *American Journal of Community Psychology*, 28(5), 671-695.
- Sumiyati S, Fatmasari R. 2006. Peranan Yayasan Lembaga Konsumen dalam Memberikan Perlindungan kepada Konsumen. *Pena Wiyata. Jurdik & Hum. No.9 Tabun V, September 2006.* [Internet] [diunduh 25 Maret 2012]. Tersedia pada: <http://isjd.pdii.lipi.go.id/index.php/Search.html?act=tampil&id=11974&idc=21><http://www.google.co.id>.
- Suraji S. 2001. "Budaya Hukum dan Pemberdayaan Konsumen dalam Penggunaan Alternative Dispute Resolution sebagai Upaya Penyelesaian Sengketa dengan Pelaku Usaha." Tesis. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. [diunduh 9 Maret 2012]. Tersedia pada: <http://1/eprints.undip.ac.id/>
- Turnquist C. 2004. "VP value chain services, Syntegra and Stan Elbaum, VP", Strategic Solutions, Aberdeen. [internet]. [diunduh 15 Mei 2013]. Tersedia pada: www.retailsystems.com/.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Waterson M. 2004. "Consumer Empowerment and links with Competition and Productivity."
- Wathieu L, Brenner L, Carmon Z, Chattopahyay A, Wetenbroch K, Drolet A, Courville J, Muthukrishnan AV, Novemsky N, Ratner RL, Wu G. 2002. "Consumer Control and Empowerment: A Primer." *Marketing Letters*, 13 (3), 297-305.
- Wilson T. 1996. *The empowerment manual.* Hampshire, England: Grower Publishing Limited.
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. 2012. Pengawasan"1 Longgar Celah Masuknya Makanan-Minuman Ilegal. [internet]. [diunduh 2 Januari 2012]. Tersedia pada: <http://www.ylki.or.id/pengawasan-longgar-celah-masuknyamakanan-minuman-ilegal.html>.
- Zimmerman MA. 2000. "Empowerment theory: psychological, organizational and community levels of analysis," in J. Rappaport and E. Seidman {Eds.}, *Handbook of community psychology* (pp.43-63). New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.