

Senin 26 mei 2003

Gerakan Konsumen Harus dari Bawah

Jakarta, Kompas

Meski di Indonesia saat ini telah ada 22 organisasi termasuk Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang memperjuangkan kepentingan konsumen, perlu gerakan konsumen dari bawah untuk mendukung upaya organisasi yang ada agar suara konsumen makin kuat.

Demikian harapan yang terlontar pada Temu Konsumen yang diselenggarakan YLKI dalam peringatan Hari Hak Konsumen Sedunia, di Direktorat Geologi dan Sumber Daya Mineral Jakarta, Sabtu (13/3).

Acara yang bertema "Refleksi Harapan dan Kenyataan Konsumen terhadap YLKI" itu bertujuan antara lain menilai kembali langkah kegiatan YLKI selama 25 tahun dan menjajaki kontribusi masyarakat untuk merealisasikan harapannya terhadap yayasan ini.

YLKI didirikan 1973. Saat ini sudah ada tiga kantor perwakilan yakni di Medan, Yogyakarta, dan Ujungpandang, serta sembilan organisasi sejawat di berbagai kota di Jawa, Sumatera, dan Kalimantan.

Meski telah mempunyai perwakilan dan mitra di daerah, baik Ketua Pengurus Harian YLKI Tini Hadad maupun Zumrotin mengakui apa yang dilakukan yayasan nirlaba ini belum optimal dan keberadaannya belum banyak diketahui masyarakat. Padahal, YLKI sejak tahun 1980 telah masuk ke pedesaan antara lain dengan melatih para santri untuk menyebarluaskan pemahaman tentang perlindungan dan pemandirian konsumen.

Kelompok konsumen

Dengan jumlah personel yang sekitar 30 orang dan dana yang terbatas, YLKI memang belum bisa berbuat banyak memperjuangkan kepentingan konsumen. "Karena itu masyarakat hendaknya dapat membantu dengan membentuk kelompok-kelompok dengan peminatan yang sama, misalnya kelompok konsumen perumahan," kata Tini.

Dengan itu, jika ada kasus mereka dapat mengajukan klaim kepada perusahaan pengembang bersangkutan. YLKI pernah mengadakan bulan pengaduan konsumen perumahan, tetapi yang aktif YLKI-nya.

"Kekuatan konsumen tidak diwujudkan dengan ancaman. Tetapi lebih pada mengemukakan suatu kebenaran secara bersama-sama," ucap Zumrotin yang menanyakan kemungkinan partisipasi konsumen yang *concern* pada masalah tertentu untuk bergabung. Misalnya kelompok konsumen transportasi dan telepon.

Mereka dapat mendaftarkan diri dan berpartisipasi terhadap gerakan konsumen telepon, serta aktif memberi masukan. Dengan demikian konsumen tidak perlu harus mengancam, namun cukup mendaftarkan atau membuat laporan penyimpangan.

Sebagai contoh, kalau ada kendaraan umum yang tidak menyelesaikan rutenya atau sampai ke terminal sudah berbalik arah, penumpang tinggal mencatat di daerah mana kejadiannya. "Data ini dikumpulkan dan diadvokasi bersama-sama. Sehingga bila ada masalah, konsumen dan YLKI bisa bersama memecahkan masalahnya," tambah Zumrotin.

Dalam temu konsumen ini, salah seorang peserta menilai organisasi ini memerlukan perpanjangan tangan. Untuk itu perlu dibuka pos-pos pengaduan di banyak tempat. Kelompok atau pos pengaduan hendaknya dibentuk di kota-kota. Karena masalah konsumen jauh lebih banyak dijumpai di perkotaan. Diusulkan pula agar YLKI membentuk aliansi dengan lembaga swadaya masyarakat lainnya. **(yun)**