

## Gerakan Konsumen ke Politik dan Ekonomi

Jakarta, Kompas - Arah gerakan konsumen di masa depan hendaknya tidak hanya berfokus pada masalah fisik seperti makanan tercemar, melainkan harus masuk wilayah politik dan ekonomi. Kasus tata niaga gula sebagai contoh, merupakan salah satu fakta yang sangat telanjang akan adanya "kejahatan ekonomi" yang memosisikan konsumen sebagai korban.

Demikian sambutan Ketua Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Indah Suksmaningsih pada resepsi ulang tahun ke-30 yayasan itu, Sabtu (24/5) di Jakarta. Tampak para mantan ketua YLKI seperti Erna Witoelar, Zoemrotin KS, dan Tini Hadad.

Pada awal berdirinya YLKI, memang yang diperjuangkan adalah keamanan dan standar produk makanan. "Saat itu jarang muncul pikiran, apakah produk makanan bisa berkelanjutan dan terjangkau rakyat. Gula misalnya, tiba-tiba harganya naik 50-70 persen. Ternyata kemudian tidak semua lapisan masyarakat bisa membelinya," ujarnya.

Karena itu, YLKI harus memperluas peran tidak lagi melihat mutu produk, tetapi juga ikut menjamin bahwa harga-harga yang merupakan kebutuhan pokok itu bisa dibeli masyarakat yang daya belinya terus turun.

Kebijakan yang menyengsarakan konsumen juga jadi perhatian YLKI. Harga air minum dari PDAM yang sekarang mahal itu bukan hanya karena masalah produksi melainkan juga menyangkut utang dari Asian Development Bank dan World Bank. Kebijakan ekonomi internasional ternyata ikut mempengaruhi daya beli konsumen," tambah Indah.

Dengan demikian, YLKI tidak lagi hanya bicara aspek produk melainkan juga harus bisa berdialog dengan sumber-sumber penentuan harga yang membebani masyarakat.

Isu konsumen harus dilihat dalam perspektif adanya saling kait dengan isu publik lainnya. Untuk itu dalam mengadvokasi konsumen lembaga konsumen harus bersinergi dengan advokator publik lainnya, seperti lembaga penyuar hak buruh, lingkungan, HAM, hak perempuan, maupun hak anak.

### **Keterlibatan publik**

Indah juga melihat rendahnya keterlibatan publik dalam berbagai aksi advokasi. "Ada semacam kesenjangan antara YLKI sebagai institusi yang mewakili kepentingan konsumen dengan komunitas konsumen sebagai konstituen YLKI. Masalah yang diperjuangkan YLKI adalah masalah publik. Untuk itu mutlak adanya partisipasi dan dukungan dari publik," ujarnya.

Karena itu, ke depan YLKI harus berani keluar dari "penjara" kelembagaan berformat yayasan menjadi lembaga yang berbasis anggota. Hanya dengan itu YLKI akan mempunyai konstituen yang riil. Di luar negeri organisasi konsumen hampir 50 persen hidupnya dari sumbangan masyarakat. Ini menunjukkan legitimasi lembaga konsumen yang memang dibutuhkan masyarakat.

Saat ini lembaga konsumen di Indonesia dalam menjalankan kegiatannya masih tergantung pada pendanaan pihak asing, sedangkan dari masyarakat hanya sekitar tiga persennya. Persentase ini harus diubah, karena makin besar dana YLKI yang berasal dari masyarakat, makin berkelanjutanlah kegiatannya. "Kalau YLKI berjalan sendiri tidak begitu didengar. Begitu ada masyarakat yang ikut mendukung, gerakannya akan lebih kuat. Karena itu, saya mengimbau masyarakat untuk terlibat langsung," tegasnya.

Menurut Indah, saat ini memang terjadi pergeseran paradigma perlindungan konsumen akibat berubahnya tatanan perekonomian yang bersifat global. Karena itu, YLKI mengajak