

**PEMENUHAN HAK DAN TANGGUNG JAWAB KONSUMEN DAN
PELAKU USAHA SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM
MELALUI KONSEP PEMBERDAYAAN
(Studi Di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung)**

Indri Hadisiswati, Reni Dwi Puspitasari

IAIN Tulungagung

indrihadisiswati@gmail.com, renidwip@gmail.com

ABSTRACT

Often the losses experienced by consumers in conducting transactions are the result of ignoring the responsibilities of business actors as stipulated in the Consumer Protection Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The losses also happen because consumers often do not have the courage to defend their rights due to the lack of courage and helplessness due to a one-sided take-or-leave-it contract that gives business actors more authority so that the two parties are not in a balanced and equal position. Therefore, empowering consumers by showing their rights and how to defend their rights is important. Likewise, with the empowerment of business actors which emphasizes the fulfillment of their responsibilities, it is possible that the products and / or services offered have a small possibility of detrimental to consumers. In return, it also benefits to business actors in increasing the level of marketing of their products.

Keywords: *Empowerment, Consumers, Bussines Actors, Fulfillment or Rights and Responsibilities.*

Pendahuluan

Wilayah Tulungagung dalam tiga tahun terakhir memperkenalkan berbagai wisata alam baru yang dikelola secara resmi oleh pemerintah dan kerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), salah satunya adalah Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung. Kawasan wisata yang bertujuan untuk memberikan layanan hiburan kepada konsumen tentu menyediakan produk dan atau barang serta jasa yang ditawarkan kepada wisatawan seperti layanan wahana wisata, penginapan, tempat makan, gerai cinderamata dan lain sebagainya. Oleh karena itu untuk menjamin bahwa wisatawan ketika melakukan transaksi pembelian produk dan/atau barang serta penyewaan jasa tidak mengalami kerugian sehingga berujung pada tuntutan kepada pihak pelaku usaha,¹ maka dibutuhkan kesadaran para pelaku usaha di kawasan wisata untuk memenuhi standarisasi produk. Misal dalam layanan wahana wisata ATV dan perahu, maka pelaku usaha harus memperhatikan kenyamanan dan keselamatan wisatawan dengan melakukan cek berkala setiap alat yang dipergunakan, memberikan rompi pengamanan, memberikan tata cara pengoperasian alat dengan baik dan benar, membuat kontrak yang jelas dan dapat dipahami oleh wisatawan sehingga tidak menimbulkan interpretasi yang berbeda sehingga memicu sengketa.

Pelaku usaha harus memenuhi standarisasi produk dengan menggunakan bahan baku yang layak dalam layangan tempat makan, tidak menambahkan bahan-bahan berbahaya

¹Kategori pelaku usaha adalah pembuat produk jadi, penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan tanda pengenal tertentu pada produk tertentu. Lihat, Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, (Bandung: Nusa Media, 2008), h. 33.

seperti pengawet dan pewarna yang berbahan dasar kimia, tidak menggunakan ulang sedotan minuman, melakukan pengemasan yang baik, menyertakan tanggal kadaluarsa dan pencantuman bahan yang digunakan dan memberikan harga yang wajar sesuai dengan produknya. Dalam layanan penginapan pun harus memenuhi standarisasi produk, membuat kontrak yang seimbang dalam artian tidak merugikan wisatawan.

Wisatawan yang merupakan konsumen di sisi lain seringkali tidak memahami posisinya ketika menjadi konsumen. Sebagai konsumen hendaknya mengetahui apa saja hak-hak yang seharusnya didapatkan. Bahkan seorang konsumen sebenarnya telah mempunyai hak ketika transaksi itu belum terjadi, misalkan setiap konsumen berhak untuk mengetahui kondisi produk dan/atau barang serta jasa yang benar dan sesuai yang akan dibelinya. Sehingga kemudian berani memutuskan berlanjut ke transaksi. Karena dalam Islam pun dijelaskan bahwa salah satu keabsahan dari transaksi adalah diketahuinya barang secara jelas baik zat, sifat dan jumlahnya.²

Seorang konsumen juga berhak untuk didengar keluhan dan pendapatnya setelah memakai produk dan/atau barang serta jasa yang sudah dipakainya dan berhak untuk melakukan tuntutan ganti rugi jika mengalami kerugian.³ Ini adalah bagian yang penting, karena seringkali konsumen tidak berani untuk menuntut hak-haknya tersebut. Adapun dalih ketidakberanian konsumen adalah: 1) tidak biasa melakukan tuntutan karena sudah ada kontrak sepihak terlebih dahulu seperti “barang yang sudah dibeli tidak bisa ditukar”, “memecahkan berarti

²Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat (Transaksi dalam Fiqh Islam)*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 57.

³Rachmadi Usman, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, (Jakarta: Djambatan, 2000), h. 223-224.

membeli”, “pengembalian nominal Rp. 500,- menggunakan permen”; 2) dikarenakan perasaan tidak enak, merasa tidak sopan, beranggapan tidak akan ditanggapi sehingga berujung pada keikhlasan yang dipaksakan dengan berujung mendo’akan pelaku usaha; 3) tidak tahu cara melakukan tuntutan.

Oleh sebab itu maka melaksanakan pemberdayaan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk sama-sama mengetahui hak dan menjalankan kewajiban masing-masing maka akan terwujud keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha sehingga hal ini dapat menjadi upaya saling melindungi antar konsumen dan pelaku usaha.

Pemberdayaan pelaku usaha dan perlindungan konsumen di lakukan di Kawasan Pantai Gemah Tulungagung. Pemberdayaan dalam penelitian ini menitikberatkan pada kemampuan pelaku usaha dan konsumen untuk mengetahui dan menyadari posisinya sehingga mampu melaksanakan kewajibannya serta mampu melaksanakan upaya-upaya untuk mendapatkan hak-haknya.

Pemberdayaan pada pelaku usaha didasarkan pada bentuk tanggung jawab dan kewajiban pelaku usaha sesuai aturan perundang-undangan yakni Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bentuk tanggung jawab ini sama dengan adanya itikad baik dalam bisnis, pelaku usaha tidak akan melakukan usaha yang merugikan pihak lain.⁴ Dalam Islam dalam Surat An-Nisa ayat 29 dijelaskan bahwa itikad baik ini terbagi menjadi dua hal, yakni itikad baik menuntut seseorang berbuat baik kepada orang lain dan menuntut agar tidak berbuat tidak baik atau merugikan orang lain.

⁴Neni Sri Imaniyati, *Hukum Ekonomi Dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, (Bandung: Mandar Maju, 2002), h. 177.

Pelaku usaha dalam hal melakukan produksi diharuskan mencapai tujuan kemaslahatan. Kemaslahatan dunia dikategorikan menjadi 2, yang pencapaiannya melalui menarik kemanfaatan atau dengan cara menolak kemudharatan yaitu kemaslahatan *daruriyah* (inti/pokok); kemaslahatan *maqashid syar'iah* yang berada dalam urutan paling atas dan kemaslahatan *ghair daruriyyah* (bukan kemaslahatan pokok); namun dalam prakteknya kemaslahatan ini tergolong penting dan tidak terpisahkan bagai dua sisi mata uang. Kemaslahatan inti yang disepakati oleh syariah tercakup dalam lima hal, yaitu menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga harta dan menjaga keturunan.⁵

Cara mewujudkannya adalah dengan melakukan perilaku transaksi berlandaskan kejujuran dan keadilan, sehingga tidak ada penipuan, mengeksploitasi orang lain dalam jual beli antara konsumen dan pelaku usaha.⁶ Oleh karena itu yang dilakukan *pertama*, pemberdayaan untuk pelaku usaha meliputi: (1) pengelolaan produk, barang dan/atau jasa yang belum sesuai standar; (2) pelaku usaha yang tidak menerima pembayaran sesuai nilai produk barang dan/atau jasa; (3) pelaku usaha yang belum atau dengan sengaja tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk, barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan tentang tata cara penggunaan, tata cara perbaikan dan tata cara pemeliharaan; (4) pelaku usaha yang belum memperlakukan dan melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak bertindak diskriminatif; (5) pelaku usaha yang menolak

⁵Ahmad Al-Mursi Husain Jauhar, *Maqashid Syariah*, pnj. Khikmawati (Kuwais), cet. 1, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 8.

⁶Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise In Islam*, pnj. Anas Sidik, "*Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*", (Jakarta: Bumi Aksara), h. 58-59.

konsumen untuk melakukan pengujian dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta tidak memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung; (6) pelaku usaha yang tidak memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung; (7) pelaku usaha yang tidak memberikan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian; (8) pelaku usaha yang tidak mencantumkan keterangan secara benar dan jujur berkaitan dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut; (9) pelaku usaha yang tidak mencantumkan kesesuaian produk dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya; (10) pelaku usaha yang tidak melakukan perbuatan yang sudah dijanjikan yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan dan/atau jasa tersebut; (11) pelaku usaha yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu; (12) pelaku usaha yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara “halal” sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label; (13) pelaku usaha yang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar; (14) pelaku usaha yang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar; (15) pelaku usaha yang memperdagangkan barang

dan/atau produk seolah-olah ada, berdiskon, berasal dari daerah tertentu, tidak ada cacat tersembunyi; (16) pelaku usaha yang menawarkan barang/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan, baik fisik, maupun psikis terhadap konsumen; (17) pelaku usaha yang menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral; (18) pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan.

Pada dasarnya undang-undang tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha, dan secara tidak langsung juga mengakui adanya kegiatan usaha perdagangan secara individu, sepanjang pelaku usaha melakukannya dengan benar, memberikan informasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan serta tidak menyesatkan konsumen yang akan memanfaatkan produk dan/atau barang serta jasanya. Hal ini diatur dalam pasal 8 yang merupakan satu-satunya ketentuan umum yang berlaku secara general bagi kegiatan usaha.⁷

Kedua, pemberdayaan dilakukan kepada konsumen atau pengunjung di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung, meliputi: (1) konsumen yang belum mengetahui akan hak-haknya seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; (2) konsumen yang belum mengetahui akan hak-haknya untuk memilih barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai

⁷Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 36-37.

tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; (3) konsumen yang belum mengetahui akan hak-haknya untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; (4) konsumen yang belum mengetahui akan hak-haknya bahwa ia mempunyai hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; (5) konsumen yang belum mengetahui akan hak-haknya bahwa ia mempunyai hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (6) konsumen yang belum mengetahui hak-haknya mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; (7) konsumen yang belum mengetahui hak-haknya bahwa ia berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang patut; (8) konsumen yang belum mengetahui bahwa ia berhak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

Pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang dilakukan secara partisipatif dengan masyarakat dalam hal ini adalah pengunjung sebagai konsumen dan pelaku usaha untuk mendorong aksi-aksi perubahan ke arah yang lebih baik.⁸

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) eksplanatif⁹ yaitu peneliti memfasilitasi komunitas atau masyarakat dalam hal ini adalah Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS),

⁸A. Muslim, *Metodologi Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2009) h. 68.

⁹Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, (Bandung: Refika Aditama, 2005) h. 46.

paguyuban pelaku usaha, dan perwakilan konsumen untuk berpartisipasi dalam menganalisis kebutuhan, permasalahan dan solusinya sebelum membuat perencanaan aksi perubahan di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung.

Penelitian *Participatory Action Research* (PAR) ini peneliti dalam pelaksanaan menggunakan tiga pilar penelitian, yakni metodologi riset, dimensi aksi dan dimensi partisipasi.¹⁰ Metode riset dalam penelitian ini menggunakan *socio legal* yakni penelitian ilmu hukum dengan pendekatan ilmu-ilmu sosial. Sehingga pemberdayaan yang dilakukan mengacu pada peraturan perundang-undangan yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berkaitan dengan hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha.

Peneliti dalam tataran dimensi aksi memfasilitasi komunitas dalam hal ini adalah Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), paguyuban pelaku usaha, dan perwakilan konsumen untuk melakukan aksi perubahan situasi, kemampuan dan pengetahuan masyarakat untuk berubah lebih baik dengan mengetahui hak dan kewajiban sebagai konsumen dan pelaku usaha sehingga menghindarkan terjadinya kerugian bagi keduanya dan menciptakan iklim usaha yang sehat sehingga dalam penelitian ini peneliti bersama Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), paguyuban pelaku usaha, dan perwakilan konsumen membuat agenda aksi perubahan yang jelas, kongkrit dan terjadwal.

Dimensi partisipasi oleh peneliti diwujudkan dalam bentuk memfasilitasi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), paguyuban pelaku usaha, dan perwakilan konsumen untuk berpartisipasi secara langsung melaksanakan hasil kesepakatan

¹⁰Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat (Dalam Perspektif Kebijakan Publik)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 75.

dari dimensi aksi, selain itu peneliti juga ikut serta melebur bersama Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), paguyuban pelaku usaha, dan perwakilan konsumen mengidentifikasi permasalahan dan bersama-sama pula untuk merumuskan penyelesaian masalah.

Proses pemecahan masalah dilakukan dengan melakukan penelitian pendahuluan, melakukan inkulturasi untuk melakukan pendekatan sebagai sarana *trust building* dan melakukan pengorganisasian konsumen dan pelaku usaha. Dilanjutkan dengan *focus group discussion* dan penentuan aksi pemberdayaan.

Perencanaan tindakan aksi untuk perubahan sosial perencanaan ini dilakukan dengan melakukan pengorganisasian yang meliputi gagasan, sumber daya dan strategi gerakan yang akan dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), paguyuban pelaku usaha, dan perwakilan konsumen.

Adapun tujuan penggunaan penelitian *Participatory Action Research* (PAR) dalam penelitian pemberdayaan konsumen dan pelaku usaha di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung adalah untuk: *pertama*, membangun kesadaran konsumen untuk mengetahui hak-hak dan kewajibannya dan membangun kesadaran pelaku usaha untuk melaksanakan tanggung jawab pelaku usaha sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga memperkecil kemungkinan ada pihak yang dirugikan. *Kedua*, menggeser paradigma konsumen sebagai objek menjadi subjek. *Ketiga*, Untuk membawa perubahan sikap dalam aktifitas transaksi antara konsumen dan pelaku usaha sehingga dapat meningkatkan kualitas taraf hidup keduanya.

Peberdayaan Konsumen Dan Pelaku Usaha Sebagai Upaya Perlindungan Hukum

Pemberdayaan yang dilakukan terhadap wisatawan sebagai konsumen di Pantai Gemah Tulungagung terkait upaya menumbuhkan kesadaran hak sebagai konsumen, sebelumnya diperoleh data pemahaman hak konsumen sebagai berikut:

Tabel 1
Pemahaman Hak-Hak Konsumen Oleh Pengunjung

Jenis Hak	Pemahaman Pengunjung Sebelum Pemberdayaan (%)	Pemahaman Pengunjung Sesudah Pemberdayaan (%)
Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa	95 %	99,7%
Hak untuk memilih barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan	93,7%	96%
Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa	72,7%	94%
hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan	75,8%	93,6%
hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif	74,9%	94,3%
Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya	89%	96,1%

Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang patut	59%	87%
Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen	53,4%	89,8%

Pemahaman hak wisatawan sebagai konsumen dari tabel di atas dapat diketahui masih sangat rendah sehingga membutuhkan pemberdayaan yang dilakukan secara berkala, pemberdayaan berkala ini yang kemudian dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung dan Kelompok Sadar Wisata Alam Asri dengan menginformasikan kepada setiap wisatawan hak-hak yang seharusnya mereka dapatkan. Informasi ini diberikan ketika wisatawan memasuki portal ketika membayar retribusi dan membuat pamflet yang dipasang di sepanjang bibir pantai dan tempat-tempat transaksi seperti tempat penginapan, tempat makan, penyewaan wahana wisata, dan gerai cinderamata. Sedangkan pemberdayaan bagi pelaku usaha maka dilakukan identifikasi terhadap tanggung jawab pelaku usaha yang sudah dilaksanakan oleh pelaku usaha melalui Paguyuban Pelaku Usaha Pantai Gemah.

Tabel. 2
Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Jenis Tanggung Jawab Pelaku Usaha	Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Sebelum Pemberdayaan (%)	Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Sesudah Pemberdayaan (%)
Pengelolaan produk, barang dan/atau jasa yang belum sesuai standar	75 %	35%

Pelaku usaha yang tidak menerima pembayaran sesuai nilai produk barang dan/atau jasa;	35%	10%
Pelaku usaha yang belum atau dengan sengaja tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk, barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan tentang tata cara penggunaan, tata cara perbaikan dan tata cara pemeliharaan	45%	5%
Pelaku usaha yang belum memperlakukan dan melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak bertindak diskriminatif	20%	2%
Pelaku usaha yang menolak konsumen untuk melakukan pengujian dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta tidak memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung	57%	20%
Pelaku usaha yang tidak memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di Kawasan Wisata Pantai Gemah	45%	10%
Pelaku usaha yang tidak memberikan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian	67%	25%
Pelaku usaha yang tidak mencantumkan keterangan secara benar dan jujur berkaitan dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan	0 %	0%

sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;		
Pelaku usaha yang tidak mencantumkan kesesuaian produk dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya	8 %	1%
Pelaku usaha yang tidak melakukan perbuatan yang sudah dijanjikan yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan dan/atau jasa tersebut	10 %	0%
Pelaku usaha yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu	15%	5%
Pelaku usaha yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara “halal” sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label	0%	0%
Pelaku usaha yang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, atau bekas dan tercemar dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar	10%	2%
Pelaku usaha yang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar	8%	5%
Pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau produk seolah-olah ada, berdiskon, berasal dari daerah tertentu, tidak ada cacat tersembunyi	0%	0%
Pelaku usaha yang menawarkan barang/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan, baik fisik, maupun psikis terhadap konsumen	5%	0%

Pelaku usaha yang menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral	10%	0%
Pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan	15%	2%

Pemberdayaan yang dilakukan kepada pelaku usaha yang tergabung paguyuban pelaku usaha dilakukan secara berkala setiap bulan sekali yang dikemas dalam musyawarah bulanan, selain itu juga dengan menerapkan syarat perizinan yang mengacu pada kewajiban pelaku usaha untuk melaksanakan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga jika pelaku usaha tidak berkenan untuk memenuhi kewajiban tanggung jawab pelaku usaha maka tidak boleh membuka lapak di Kawasan Pantai Gemah Tulungagung. Adapun yang sudah masuk dalam keanggotaan apabila di kemudian hari melanggar dan tidak melaksanakan tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha maka paguyuban pelaku usaha akan melakukan teguran yang bersifat administrasi, jika kemudian pelaku usaha tidak mengindahkan teguran maka akan dikenakan pencabutan izin usaha.

Penutup

Pemberdayaan terhadap konsumen dengan pemberian informasi secara berkala dan memasukkan sistem informasi hak-hak konsumen dalam alur kegiatan yang dilakukan pengunjung di Kawasan Wisata Pantai Gemah Tulungagung

mampu untuk meningkatkan pemahaman pengunjung terhadap hak-haknya sehingga kegiatan transaksi yang terjadi dapat berjalan seimbang dan pengunjung tidak lagi dalam posisi yang lemah dan tidak punya kewenangan dalam proses transaksi yang dilakukan.

Pemberdayaan yang dilakukan kepada seluruh pelaku usaha yang tergabung dalam paguyuban pelaku usaha pada akhirnya mampu meningkatkan pemahaman dan pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha sehingga kemungkinan pelaku usaha untuk mendapatkan tuntutan dari konsumen menjadi kecil. Hal ini kemudian berpengaruh terhadap peningkatan penjualan karena konsumen merasa puas dengan pelayanan, produk dan/atau barang serta jasa yang ditawarkan. Pada akhirnya konsep transaksi yang menjunjung tinggi kebenaran, kejujuran, keadilan berdasarkan syariat Islam dan konsep tanggung jawab pelaku usaha guna melindungi konsumen yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat diimplementasikan dengan baik. Hanya saja yang perlu diperhatikan adalah pemberdayaan ini sebaiknya dilakukan secara berkala dan berkelanjutan sehingga menumbuhkan kebiasaan yang baik dan benar menurut syariat Islam dan peraturan perundang-undangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Ibandi R., *Intervensi Komunitas (Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *Fiqh Muamalat (Transaksi dalam Fiqh Islam)*, Jakarta: Amzah, 2010.
- Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, Bandung: Nusa Media, 2008.
- Harry, Hikmat, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, Bandung: Humaniora Utama Press, 2001.
- Imaniyati, Neni Sri, *Hukum Ekonomi Dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, Bandung: Mandar Maju, 2002.
- Jauhar, Ahmad Al-Mursi Husain, *Maqashid Syariah*, Pnj. Khikmawati (Kuwais), cet. 1, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Muslim, A., *Metodologi Pengembangan Masyarakat*, Yogyakarta: Sukses Offset, 2009.
- Randi, Wrihatnolo R. dkk., *Managemen Pemberdayaan Sebuah Pengantar Dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2007.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah, *The Economic Enterprise In Islam*, Pnj. Anas Sidik, "Kegiatan Ekonomi dalam Islam", Jakarta: Bumi Aksara, t.th.
- Sjafari, Agus, *Kemiskinan Dan Pemberdayaan Kelompok*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Soetomo, *Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Suharto, Edi, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung: Refika Aditama, 2005.

Totok, Mardikianto Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat (Dalam Perspektif Kebijakan Publik)*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Usman, Rachmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Jakarta: Djambatan, 2000.

Widjaya, Gunawan dan Yani, Ahmad, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.