**REKONSTRUKSI BUDAYA *“EWUH PAKEWUH “*UNTUK PEMBERDAYAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG BERKEADILAN**

Dwi Edi Wibowo

[dwiedi.unikal@gmail.com](mailto:dwiedi.unikal@gmail.com)

Universitas Pekalongan

**Abstrak**

Perilaku *“ewuh- pakewuh”,* yang sudah membudaya di lingkungan konsumen dapat membuat pelaku usaha merasa paling berkuasa. Sebaliknya, konsumen yang merasa berkedudukan sosial lebih rendah merasa begitu tertekan dan terdesak, sehingga tak ada cara apapun yang dapat digunakan untuk menyatakan pendapatnya. Ada 510 aduan konsumen sepanjang tahun 2019,kasu**s** di atas, menunjukkan betapa lemahnya kedudukan hukum konsumen dan rendahnya kedudukan sosial konsumen, maka hukum semakin tidak mampu memberikan perlindungan. Hal ini juga dipengaruhi oleh budaya, cara berpikir masyarakat dan tingkah laku konsumen. Budaya Jawa dalam banyak hal ternyata tidak mampu menjadi benteng untuk perlindungan hukum dalam menghadapi kejahatan atau pelaku menyimpang yang dilakukan pelaku usaha. metode yang digunakan adalah hukum normatif (doktrinal). hukum deskriptif (descriptive legal study), metode pendekatan utama dan metode pendekatan pendukung analisis kualitatif yaitu dengan menggambarkan atau memaparkan teori yang ada dengan bahan yang diperoleh dari wawancara, data, maupun studi pustaka. Konsumen. Indonesia masih sulit untuk melepaskan diri dari kungkungan budaya ketimuran dalam konteks kesantunan Jawa *“ewuh- pakewuh”*, dan terbukti secara empirik bahwa budaya birokrasi *“ewuh-pakewuh”* menjadikan sistem hubungan pelaku usaha dengan konsumen tiidak seimbang.

Kata kunci : Rekontruksi, Budaya ewuh pakewuh,perlindungan konsumen

1. **Latar Belakang**

Daya tarik (fenomena) budaya *”ewuh-pakewuh”* dalam hubungan konsumen dengan pelaku usaha di Indonesia dapat berpengaruh (walaupun bukan satu-satunya faktor) dalam mewujudkan pemberdayaan perlindungan konsumen yang berkeadilan. Diakui atau tidak, dalam lingkungan hubungan kemasyarakatan di Indonesia, budaya ketimuran dalam konteks kesantunan Jawa *“ewuh-pakewuh*” = sikap sungkan atau rasa segan serta menjunjung tinggi rasa hormat terhadap atasan, senior atau orang yang punya kekuasaan, masih melekat pada sebagian konsumen di Indonesia.[[1]](#footnote-1)

Perilaku *“ewuh- pakewuh”,* yang sudah membudaya di lingkungan konsumen dapat membuat pelaku usaha merasa paling berkuasa. Sebaliknya, konsumen yang merasa berkedudukan sosial lebih rendah merasa begitu tertekan dan terdesak, sehingga tak ada cara apapun yang dapat digunakan untuk menyatakan pendapatnya[[2]](#footnote-2). Budaya Ewuh Pakewuh berasal dari bahasa sangsekerta, Ewuh yang berarti repot dan Pakewuh Memiliki arti tidak enak perasaan. Dalam B~~u~~daya Jawa, sering dikatakan sebagai penghambat atau kendala tidak jalannya proses perbedaan pendapat dan pemberdayaan masyarakat. Pada sisi Budaya Ewuh Pakewuh terdapat suatu bentuk sebuah pribadi yang sangat halus dan mempunyai tingkatan yang tinggi dalam aspek - aspek menjaga perasaan seseorang. tetapi disisi lain Ewuh Pakewuh juga membatasi kebebasan dalan memberikan ungkapan sebuah pendapat serta kebenaran. Hal ini sering terjadi pada seseorang pada posisi yang lebih rendah yang tidak berani menyampaikan pendapatnya kepada seseorang yang memiliki posisi yang lebih tinggi di atasnya, Sehingga hal ini bisa membelenggu perkembangan pola pikir dan kreatifitas seseorang.[[3]](#footnote-3)

20 tahun UUPK (Undang Undang Perlindungan Konsumen) berlaku, namun negara/ pemerintah belum hadir secara optimal dalam memberikan perlindungan kepada konsumen/rakyat sesuai dengan amanat konstitusi UUD 1945. Hal ini dapat dilihat dari kepedulian (empati) pemerintah terhadap kepentingan konsumen yang rendah. negara belum hadir melindungi konsumen, disebabkan lemahnya 6 hal, perangkat dan penegakan hukum, sumber daya manusia, sarana / prasarana, budaya hukum masyarakat, sosialisasi / informasi, dan pengawasan.[[4]](#footnote-4)

Di dalam kegiatan [ekonomi](https://www.kompasiana.com/tag/ekonomi) peran pelaku usaha dan konsumen tak terpisahkan. Pelaku usaha membutuhkan konsumen, dan sebaliknya konsumen juga membutuhkan pelaku usaha. Oleh karena itu diharapkan di dalam kegiatan ekonomi itu mereka berinteraksi secara sehat, jangan sampai ada salah satu pihak yang merasa dirugikan. Pada dasarnya hubungan pelaku usaha –konsumen merupakan hubungan yang bersifat ketergantungan, artinya pelaku usaha tidak dapat berdiri sendiri memproduksi barang tanpa memikirkan bagaimana pemasarannya[[5]](#footnote-5), karena itu perlu keseimbangan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen mutlak saling membutuhkan dan sebagai konsekuensinya kemudian pelaku usaha dan konsumen mempunyai hak dan kewajiban [[6]](#footnote-6)

Hubungan pelaku usaha dan konsumen.sesungguhnya hubungan itu muncul karena adanya produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dan dikonsumsi oleh konsumen. Dalam praktik produk barang biasanya jarang yang langsung diterima oleh konsumen misalnya produk makanan dalam kemasan, melainkan melalui mata rantai distribusi mulai dari pabrik, distributor, subdistributor, agen / grosir. Retail / took baru kemudian konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menerima seribu 510 aduan konsumen sepanjang tahun 2019 atau naik dari tahun sebelumnya yang hanya 580 aduan. Dari jumlah tersebut kasus yang berhubungan dengan perumahan menjadi yang terbanyak yaitu 1.370 kasus. Kasus penemuan terhadap obat asam lambung, Ranitidine yang mengandung zat pemicu kanker yang merugikan konsumen, Kasus tercatat dalam periode 2017 - 2019 ini sudah lebih dari 100 laporan terkait fintech terutama P2P Lending yang merugikan konsumen.[[7]](#footnote-7)

**Berbagai kasus** di atas, menunjukkan betapa lemahnya kedudukan hukum konsumen dan rendahnya kedudukan sosial konsumen, maka hukum pun semakin tidak mampu memberikan perlindungan. Hal ini juga dipengaruhi oleh budaya, cara berpikir masyarakat dan tingkah laku konsumen. Budaya Jawa dalam banyak hal ternyata tidak mampu menjadi benteng untuk perlindungan hukum dalam menghadapi kejahatan atau pelaku menyimpang yang dilakukan pelaku usaha.. Cara berpikir konsumen Indonesia “yang tidak mau bersusah payah” dan “tidak ambil pusing,”. “ewuh pakewuh”dan menganggap kecurangan pelaku usaha sebagai kekhilafan belaka mengakibatkan tidak muncul tuntutan akan perlindungan konsumen. Budaya menerima apa adanya, dan merasa dirinya yang bersalah atau lalai dalam membeli sebuah produk, semakin menunjukkan adanya kesadaran hukum yang kurang memadai pada diri konsumen.[[8]](#footnote-8) Akibatnya hukum tidak memihak kepada kepentingan konsumen, faktor perilaku pelaku usaha dalam menjalankan usaha, dalam praktik dapat memberikan dampak negatif kepada kepentingan konsumen yaitu perbuatan-perbuatan yang tidak memenuhi ketentuan perundang-undangan dan standart produk yang bersifat wajib, praktik perdagangan restriktif dan penyalahgunaan wewenang yang merugikan konsumen, pertanggungjawaban pelaku usaha yang tidak jelas, persaingan tidak sehat sehingga pilihan konsumen dipersempit dengan harga yang tidak murah, dan promosi penjualan serta informasi produk yang tidak memenuhi ketentuan perundang-undangan atau menyebabkan konsumen tidak dapat menentukan pilihan yang tepat.[[9]](#footnote-9)

1. **Permasalahan**
2. Mengapa Budaya “Ewuh Pakewuh” Masih Menjadi Faktor Penyebab Lemahnya Pemberdayaan Perlindungan Konsumen ?
3. Bagaimana Rekonstruksi Budaya *“Ewuh Pakewuh “”* Untuk Mewujudkan Pemberdayaan Perlindungan Konsumen Yang Berkeadilan ?
4. **Metode Penelitian**

Berdasarkan fokus makalah ini, metode yang digunakan adalah hukum normatif (doktrinal). Sedangkan berdasarkan sifat dan tujuannya, makalah ini menggunakan hukum deskriptif (descriptive legal study), karena dalam makalah ini penulis akan menggambarkan kondisi-kondisi dan permasalahan yang terkait dengan *“budaya ewuh pakewuh”* untuk mewujudkan pemberdayaan konsumen yang berkeadilan, dengan memaparkan data awal terkait permasalahan yang ada dan kemudian akan mencari teori atau hipotesis untuk memecahkan permasalahan yang ada. Metode pedekatan yang digunakan dalam makalah ini ada 2 (dua) macam, yaitu metode pendekatan utama dan metode pendekatan pendukung. Adapun metode pendekatan utama yang digunakan yaitu : pendekatan perundang-undangan, pendekatan perbandingan, dan pendekatan kasus. Sedangkan metode pendekatan pendukunng yang digunakan adalah pendekatan sosiologi hukum karena melalui pendekatan ini akan dianalisis bagaimana reaksi dan interaksi saat budaya itu bekerja di dalam masyarakat. Semua bahan yang diperoleh dan terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif yaitu dengan menggambarkan atau memaparkan teori yang ada dengan bahan yang diperoleh dari wawancara, data, maupun studi pustaka dari berbagai sumber, dengan didahului koding dan editing data, kemudian melakukan interpretasi yakni memberikan makna pada analisis, menjelaskan pola atau kategori mencari hubungan antara berbagai konsep.

1. **Pembahasan**
2. **Budaya “Ewuh Pakewuh”**

*“Ewuh Pakewuh”* merupakan salah satu budaya yang masih melekat pada masyarakat Jawa. Menurut Tobing e*wuh pekewuh* atau sungkan adalah manifestasi dari kaidah dasar kehidupan masyarakat Jawa. Bentuk perasaan ketidakenakan yang hampir menyerupai rasa sungkan, dengan adanya rasa tersebut maka seseorang akan merasa khawatir jika perilaku atau ucapannya akan menyinggung atau membuat seseorang akan menjadi tersinggung.[[10]](#footnote-10) Soeharjono mendefinisikan e*wuh pakewu*h sebagai sikap sungkan atau rasa segan serta menjunjung tinggi rasa hormat terhadap atasan atau senior.[[11]](#footnote-11) *Ewuh pakewuh* tidak hanya terjadi pada atasan atau senior saja, menurut Tobing (2010) *ewuh pekewuh* juga dapat muncul akibat individu sudah mengenal atau banyak menerima suatu kebaikan dari orang lain sehingga bagi individu itu akan sulit untuk menolak atau mengabaikan permintaan orang tersebut, bahkan pendapat orang tersebut. Perasaan *ewuh pekewuh* juga bisa muncul dikarenakan adanya faktor perbedaan usia. *Ewuh pakewuh* biasanya cenderung dihadapi orang yang lebih muda terhadap orang yang lebih tua. Menurut Tobing, *ewuh pakewuh* yang merupakan nilai dalam masyarakat Jawa terdiri dari beberapa prinsip yang sangat erat hubungannya dengan aspek-aspek dalam *ewuh pakewuh*, yaitu prinsip kerukunan dan prinsip hormat.[[12]](#footnote-12) Budaya birokrasi *ewuh- pakewuh*, yaitu pola sikap sopan santun di lingkungan birokrasi yang dilakukan oleh pegawai atau pejabat selaku bawahan yang segan atau sungkan menyatakan pendapatnya yang mungkin bersifat bertentangan, demi menghindari konflik dan menjaga jalinan hubungan baik dengan para atasan atau senior mereka yang dianggap lebih tinggi kedudukan sosialnya.

1. **Perlindungan Konsumen**
2. Sejarah Gerakan Perlindungan Konsumen

Sejarah perkembangan perlindungan konsumen sejalan dengan perkembangan perkembangan ekonomi dunia. Perkembangan perekonomian yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi dari masing-masing jenis barang dan atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang dan /jasa tersebut umumnya merupakan barang dan/ atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya. Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas, dengan strata yang sangat bervariasi, menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara yang seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut, untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak pada tindakan yang bersifat negatif bahkan tidak terpuji yang berawal dari iktikad buruk. Dampak buruk yang lazim terjadi, antara lain menyangkut kualitas atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya. Konsep pemasaran pada awalnya fokus pada produk dan membuat produk yang lebih baik yang berdasarkan pada standart nilai internal. Pada dekade enam puluhan mengalihkan fokus pemasaran dari produk kepada pelanggan, sasaran masih tetap pada laba, tetapi cara pencapaian menjadi lebih luas yaitu dengan bantuan pemasaran marketing. Konsep ketiga sebagai konsep baru pemasaran dengan pembaharuan dari konsep pemasaran menjadi konsep strategi. Konsep strategi pemasaran pada dasarnya mengubah focus pemasaran dari pelamnggan atau produk ke pelanggan dalam konteks lingkungan eksternal yang lebih luas. Kondisi ini pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan / jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan / atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. [[13]](#footnote-13) Namun kondisi dan fenomena tersebut, pada sisi lainnya dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, di mana konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Bertolak dari rangkaian perubahan konsep pemasaran tersebut, perlindungan terhadap konsumen juga membutuhkan pemikiran yang luas pula. Pemikiran konsep secara luas dan kajian dari aspek hukum juga membutuhkan wawasan hukum yang luas, sehingga tidaklah dapat dikaji dari satu aspek hukum semata-mata. Hal ini sangat penting mengingat kepentingan konsumen pada dasarnya sudah ada sejak awal sebelum barang/jasa diproduksi, selama dalam proses produksi, sampai pada saat distribusi sehingga sampai di tangan konsumen untuk dimanfaatkan secara maksimal. Hal tersebut bukanlah gejala regional saja, tetapi menjadi permasalahan yang mengglobal dan melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen ini telah melahirkan salah satu cabang baru ilmu hukum, yaitu hukum perlindungan konsumen atau yang kadang kala dikenal juga dengan hukum konsumen. ( consumer law )[[14]](#footnote-14)

Amerika Serikat adalah negara yang paling banyak punya andil terhadap apa yang saat ini bergema sebagai perlindungan konsumen (consumer protection). Historis dari perlindungan konsumen ini ditandai dengan munculnya gerakan-gerakan konsumen (Consumen Movement) di akhir abad Sembilan belas. Liga Konsumen Nasional (The National Consumer’s League). Pesatnya pertumbuhan organisasi konsumen pada era pertama dari gerakan konsumen ini adalah sebagai pertanda, bagaimana kuatnya motivasi dari para konsumen untuk memperbaiki nasibnya.[[15]](#footnote-15)

1. Dasar Perlindungan Konsumen

Guidelines for Consumer Protection of 1985, yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan: “ Konsumen dimanapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya “, yang dimaksud hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur, hak untuk mendapatkan ganti rugi. Hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (cukup pangan dan papan), Hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih serta kewajiban untuk menjaga lingkungan, dan hak untuk mendapatkan pendidikan dasar. PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negaranya masing-masing.[[16]](#footnote-16)

1. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Setiap orang, pada suatu waktu baik dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apa pun, pasti menjadi konsumen untuk suatu produk atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh karena itu secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifanya universal juga. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa actual dan selalu penting untuk dikaji ulang.[[17]](#footnote-17) Kehadiran Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan hukum konsumen di Indonesia, diakui bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan terakhir karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan.[[18]](#footnote-18)

1. **Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen**

Ada tiga bidang hukum yang memberikan perlindungan secara umum bagi konsumen, yaitu bidang hukum perdata, hukum pidana, dan hukum administrasi negara. Perlindungan di bidang keperdataan diadakan bertitik tolak dari tarik menarik kepentingan antar sesama anggota masyarakat, jika seseorang merasa dirugikan oleh warga masyarakat lain, tentu akan menggugat pihak lain itu agar bertanggungjawab secara hukum atas perbuatannya. Dalam hal ini di antara mereka mungkin sudah terdapat hubungan hukum berupa perjanjian di lapangan hukum keperdataan, tetapi dapat pula sebaliknya sama sekali tidak ada hubungan hukum demikian. Akan tetapi perikatan itu dapat muncul dari perjanjian atau karena undang-undang, jika konsumen mempunyai hubungan hukum berupa perjanjian dengan pihak lain, dan pihak lain itu melanggar perjanjian yang disepakati bersama, maka konsumen berhak menggugat lawannya berdasarkan dalih melakukan wanprestasi (cidera janji). Jika sebelumnya tidak ada perjanjian, konsumen tetap saja memiliki hak untuk menuntut secara perdata, yakni melalui ketentuan perbuatan melawan hukum. Dalam konsep perbuatan melawan hukum seseorang diberi kesempatan untuk menggugat sepanjang terpenuhi tiga unsur, yaitu ada kesalahan, kerugian, ada hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Secara pidana tuntutannya tidak lagi semata-mata karena pihak lain melanggar perjanjian. Filosofi dari penuntutan secara pidana lebih luas daripada itu, yaitu untuk melindungi masyarakat dari tindak pidana tertentu. Perlindungan demikian diberikan oleh negara kepada warga masyarakatnya, untuk itu penuntutan secara pidana tidak dibebankan kepada perorangan, tetapi kepada suatu instansi pemerintah, tepatnya kejaksaan. Dalam hal ini aparat kejaksaan berkedudukan sebagai penuntut umum, yang berarti ia mewakili negara dan masyarakat luas melindungi hak-hak warga negara dan warga masyarakat yang dirampas oleh pihak lain. Dalam lapangan hukum administrasi negara, perlindungan yang diberikan biasanya lebih bersifat tidak langsung, preventif dan proaktif. Pemerintah biasanya mengeluarkan berbagai ketentuan normatif yang membebani pelaku usaha dengan kewajiban tertentu, semua itu kebijakan yang bersifat administratif, walaupun sasaran lansungnya kepada pelaku usaha tetapi dampak positif dari kebijakan itu sebenarnya ditujukan kepada konsumen sebagai warga masyarakat terbesar, karena pemerintah sebagai instansi pengeluar perijinan, maka dalam bidang administrative, pemerintah berwenang meninjau kembali setiap ijin yang dinilai disalahgunakan. Hal ini berarti sanksi administrative dapat juga bersifat represif, lazimnya berupa pencabutan ijin usaha. Selain ditinjau dari bidang-bidang hukum yang mengatur perihal perlindungan konsumen dan dua macam kebijakan umum yang dapat ditempuh juga terdapat prinsip-prinsip pengaturan di bidang perlindungan konsumen. UUPK menyebutkan lima prinsip pengaturan yang dikaitkan dengan asas-asas pembangunan nasional yaitu manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan serta kepastian hukum. Dalam konsteks hukum perlindungan konsumen terdapat prinsip-prinsip yang berlaku dalam bidang hukum, tentu prinsip-prinsip tersebut bukan sesuatu yang khas “hukum perlindungan konsumen “ karena juga diterapkan dalam banyak area hukum lain. Prinsip –prinsip itu ada yang masih berlaku sampai sekarang tetapi ada pula yang ditinggalkan seiring dengan tuntutan kesadaran hukum masyarakat yang terus meningkat.[[19]](#footnote-19)

1. **Teori Keadilan**

Keadilan adalah kebajikan utama dalam institusi sosial, sebagaimana kebenaran dalam sistem pemikiran. Suatu teori, betapun elegan dan ekonomisnya, harus ditolak atau direvisi jika tidak benar, demikian juga hukum dan institusi tidak peduli betapapun efisien dan rapinya harus direformasi atau dihapuskan jika tidak adil. Setiap orang memiliki kehormatan yang berdasar pada keadilan sehingga seluruh masyarakat sekalipun tidak bisa membatalkannya, atas dasar ini keadilan menolak jika lenyapnya kebebasan bagi sejumlah orang dapat dibenarkan oleh hal lebih besar yang didapatkan orang lain. Keadilan tidak membiarkan pengorbanan dipaksakan pada segelintir orang diperberat oleh sebagian besar keuntungan yang dinikmati banyak orang, karena itu dalam masyarakat yang adil kebebasan warga negara dianggap mapan, hak-hak yang dijamin oleh keadilan tidak tunduk pada tawar-menawar politik atau kalkulasi kepentingan sosial. Satu-satunya hal yang mengijinkan kita untuk menerima teori yang salah adalah karena tidak adanya teori yang lebih baik, secara analogis ketidakadilan bisa dibiarkan hanya ketika ia butuh menghindari ketidakadilan yang lebih besar.

Rawls mengemukakan suatu ide dalam bukunya A Theory of Justice bahwa teori keadilan,merupakan suatu metode untuk mempelajari dan menghasilkan keadilan. Teori Rawls didasarkan atas dua prinsip yaitu melihat tentang Equal Right dan juga Economic Equality. Dalam Equal Right dikatakannya harus diatur dalam tataran leksikal, yaitu different principles bekerja jika prinsip pertama bekerja atau dengan kata lain prinsip perbedaan akan bekerja jika basic right tidak ada yang dicabut (tidak ada pelanggaran HAM) dan meningkatkan ekspektasi mereka yang kurang beruntung. Dalam prinsip Rawls ini ditekankan harus ada pemenuhan hak dasar sehingga prinsip ketidaksetaraan dapat dijalankan dengan kata lain ketidaksetaraan secara ekonomi akan valid jika tidak merampas hak dasar manusia. Bagi Rawls rasionalitas ada 2 bentuk yaitu Instrumental Rationality dimana akal budi yang menjadi instrument untuk memenuhi kepentingan-kepentingan pribadi dan kedua yaitu Reasonable, yaitu bukan fungsi dari akal budi praktis dari orang per orang. Hal kedua ini melekat pada prosedur yang mengawasi orang-orang yang menggunakan akal budi untuk kepentingan pribadinya untuk mencapai suatu konsep keadilan atau kebaikan yang universal. Disini terlihat ada suatu prosedur yang menjamin tercapainya kebaikan yang universal, dengan prosedur yang mengawasi orang per orang ini akan menghasilkan public conception of justice. Untuk itu Rawls mengemukakan teori bagaimana mencapai public conception, yaitu harus ada well ordered society (roles by public conception of justice) dan person moral yang kedunya dijembatani oleh the original position. Bagi Rawls setiap orang itu moral subjek, bebas menggagas prinsip kebaikan, tetapi bisa bertolak belakang kalau dibiarkan masyarakat tidak tertata dengan baik. Agar masyarakat tertata dengan baik maka harus melihat the original position. Bagi Rawls public conception of justice bisa diperoleh dengan original position. Namun bagi Habermas prosedur yang diciptakan bukan untuk melahirkan prinsip publik tentang keadilan tetapi tentang etika komunikasi, sehingga muncul prinsip publik tentang keadilan dengan cara consensus melalui percakapan diruang public atau diskursus. Ada beberapa *basic assumption* agar dalam masyarakat bekerja sama dalam kondisi Fair, pertama, anggota masyarakat tidak memandang tatanan sosial masyarakat tidak berubah. Masyarakat harus menuju keadilan, sehingga masyarakat terbuka pada perubahan, terutama perubahan struktur sosial. Kedua, kerjasama dibedakan dengan aktifitas yang terkoordinasi hal ini dapat dilihat dari :

1. Bentuk kerjasama selalu berpijak pada keadilan sedangkan *coordinated activity* berpijak pada efektifitas/ efisiensi
2. Kerjasama (*organizing principle*) aturan dibuat untuk mengatur anggota-anggotanya (mengikat, mengatur kepentingan-kepentingan anggota) sedangkan dalam *coordinated activity* aturan dibuat untuk kepentingan yang membuat aturan.
3. Dalam kerjasama (*organizing principle*) harus sah secara publik (harus disepakati oleh partisipan) sedangkan dalam *coordinated activity* tidak ada organisasi, aturan tidak harus sah secara publik.

Ketiga, gagasan kerjasama yang fair mengandaikan kebaikan akan keuntungan partisipan (partisipan punya gagasan sendiri dan bertemu dengan gagasan lainnya dengan cara rasionalitas) bukan masing-masing pihak melepaskan kepentingan tapi masing-masing ingin punya keuntungan yang rasional (karena ingin mendapatkan untung maka ada kerjasama, kalau saling mengalah tidak akan tercapai kerjasama). Resiprositas dalam kerjasama yang Fair mempunyai arti bukan meninggalkan kepentingan pribadi untuk kepentingan bersama dan juga bukan merumuskan aturan berdasarkan kekinian dan ekspektasinya. Resiprositas bukan merupakan imparsilaitas atau pun win win solution, juga bukan marxisme yang menekankan pada sama rasa sama rata, atau pun liberalisme yang dilihat sebagai ideology yang melihat tidak ada kerjasama tapi interaksi (ada equilibrium). Resiprositas bukan doktrin melainkan sebuah gagasan tentang prosedur untuk memperoleh keadilan yang resiprokal. Manusia dapat menerima keadilan dengan menganut system kerjasama atau keadilan yang fair.

Rawls percaya bahwa ada kemampuan orang untuk revising. Person moral adalah warga negara yang sama dalam 2 daya moral. Pertama, membentuk, merevisi, menjalankan gagasan keuntungan atau keadilan yang rasional untuk kebaikan atau tujuan final. Kedua, daya untuk memahami, menerapkan dan bertindak pada kesepakatan yang telah dicapai yang mencerminkan keikhlasan untuk mencapai kepentingan atau keuntungan bersama. Dalam suatu masyarakat tentunya tidak akan pernah lepas dari banyak ukuran keadilan yang diturunkan dari doktrin komprehensif yang berbeda-beda baik dari institusi agama, politik, pendidikan dan lain sebagainya.

Bagi Rawls hal ini mungkin terjadi karena ia percaya berbagai komprehensif itu merupakan corak dari rezim demokratis. Rezim demokrasi itu sangat dimungkinkan adanya banyak doktrin-doktrin komprehensif yang saling berkompetisi dan berkontesasi satu dengan yang lainnya. Hal ini ditunjukkan oleh beberap fakta umum, yaitu :

1. Fakta umum tentang kemajemukan doktrin kemprehensif yang merupakan fakta adanya satu budaya rezim demokratis.
2. Fakta umum kedua yaitu kesetiaan pada satu atau singular doktrin komprehensif hanya bisa dipertahankan oleh kekuasaan Negara. Ketinggalan doktrin hanya bisa dipertahankan oleh kekuatan Negara yang nantinya dapat memancing munculnya kekuatan-kekuatan anti doktrin tunggal.
3. Fakta umum ketiga adalah rezim demokratis yang relatif stabil mesti didukung secara sukarela dan bebas oleh warga Negara yang secara politik aktif. Konsepsi publik tentang keadilan harus didukung dari dalam bangunan doktrik komprehensif yang berbeda-beda.
4. Fakta umum keempat, sebuah kultur masyarakat demokratis yang baik yang secara lama dengan kultur yang semakin mengakar dan mengurat, bisa dieksplisitkan gagasan yang fundamental seperti kesepakatan yang tidak reasonable dimana semakin matang demokrasi suatu Negara makan semakin reasonable ketidaksepakatan yang terjadi. Atau bisa terjadi resistensi terhadap doktrin tunggal dan social cooperation muncul.[[20]](#footnote-20)
5. **Teori Sistem Hukum**

Makalah ini menggunakan teori sistem hukum yang dikemukakan oleh Lawrence Friedman sebagai Middle Theory. Sistem hukum berdasarkan pandangan Lawrence Friedman dibagi dalam 3 (tiga) komponen, yaitu :[[21]](#footnote-21)

1. Substansi hukum di dalamnya melingkupi seluruh aturan baik yang tertulis maupun tidak tertulis, baik hukum materiil maupun hukum formil.
2. Struktur hukum, meliputi pranata hukum, aparatur huku, dan sisitem penegakan hukum. Struktur hukum erat kaitannya dengan sistem peradilan yang dilaksanakan oleh aparat penegak hukum
3. Budaya Hukum, merupakan penekanan dari sisi budaya secara umum, kebiasaan-kebiasaan, opini, cara bertindak dan berpikir, yang mengarahkan kekuatan sosial dalam masyarakat. Budaya hukum dibedakan menjadi 2(dua) macam, yaitu kultur hukum eksternal dan kultur hukum internal. Kultur hukum eksternal adalah kultur hukum para anggota masyarakat yang menjalankan tugas-tugas hukum yang terspesialisasi.

Tiga komponen dari sistem hukum menurut Lawrence Friedman tersebut merupakan jiwa dan ruh yang menggerakkan hukum sebagai suatu sistem sosial yang memiliki karakter dan teknik khusus dalam pengkajian.

1. **Teori Hukum Progresif**

Teori Hukum Progresif dicetuskan oleh Satjipto Rahardjo, berawal dari keprihatinan beliau terhadap carut marutnya penegakan hukum di Indonesia, kekhawatiran dan kegusaran beliau terhadap penggunaan positivismen hukum oleh para penegak hukum secara berlebihan sehingga formalitas hukum mengalahkan keadilan substanstif yang mengakibatkan keadilan menjadi samar dan sulit ditegakkan. Inti teori ini adalah : *Pertama,* hukum adalah perilaku manusia, hukum itu untuk manusia, bukan manusia untuk hukum. Apabila manusia untuk hukum maka manusia itu akan selalu diusahaka, mungkin juga dipaksakan untuk bisa masuk ke dalam skema-skema yang telah dibuat oleh hukum. *Kedua*, menolak mempertahankan keadaaan *status qua* dalam berhukum (menolak cara berhukum positivistic, normatif, legalistic), sebab hukum itu cacat sejak diundangkan atau dilahirkan, terutama terkait dengan proses perumusannya menjadi undang-undang eksekutif dan legislatif. *Ketiga,* sepenuhnya setuju pada cara berhukum dengan menyerah secara bulat-bulat pada teks undang-undang semata. Cara berhukum yang lebih baik dan sehat adalah memberikan lorong-lorong untuk melakukan pembebasan dari hukum formal. *Keempat,* memberikan perhatian besar terhadap peranan perilaku manusia dalam hukum. Artinya tegaknya hukum bukan karena bagusnya teks undang-undang semata, tetapi justru lebih ditentuka oleh perilaku manusianya, baik penegak hukum maupun masyarakat. Perilaku tersebut tidak bersifat normative melainkan empiris (hidup dan berkembang dalam hubungan kemasyarakatan yang bersentuhan dengan berbagai aspek salah satunya ekonomi.[[22]](#footnote-22)

Teori hukum progresif menegaskan bahwa hukum adalah untuk manusia, bukan sebaliknya. Dengan filosofis tersebut, maka manusia menjadi penentu dan titik orientasi hukum. Hukum bertugas melayani manusia, bukan sebaliknya. Oleh karena itu hukum itu bukan merupakan institusi yang lepas dari kepentingan manusia. Mutu hukum ditentukan oleh kemampuannya untuk mengabdi kepada kesejahteraan manusia.[[23]](#footnote-23)

Teori hukum progresif lebih mengutamakan faktor manusia, pelaku dalam penegakan hukum progresif. Idealnya mereka terdiri dari generasi baru, professional hukum yang memiliki visi dan filsafat yang mendasari penegakan hukum progresif. Teori ini lebih mengarah kepada kemanfaatan hukum bagi umat manusia,sehingga dapat tercapai kebahagiaan bagi umat manusia, karena pada dasarnya hukum harus memberikan kebahagiaan bagi umat manusia, untuk mencapai itu hukum harus melahirkan undang-undang atau peraturan yang bernilai hukum karena undang-undang tanpa bernilai hukum tidak akan memberikan kontribusi besar kepada kehidupan manusia.[[24]](#footnote-24)

Teori sibernetika Person dan pemikiran Marx Weber dan Emile Durkheim, Satjipto Rahadjo menjelaskan hubungan hukum dan ekonomi terlihat dari keberlakuan hukum secara empiric, dimna perilaku manusia didasari oleh pertimbangan-pertimbangan ekonomi. Ketaatan seseorang pada hukum belum tentu dilandasi oleh adanya kesadaran hukum, tetpai mungkin saja karena motif ekonomi yang diinginkan sesuai dengan prosedur hukum.[[25]](#footnote-25). Selain itu sistem pembagian kerja (sesuai fungsi dan profesi) yang terdapat pada ekonomi mempengaruhi solidaritas masyarakat dan corak hukum yang dominan berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan[[26]](#footnote-26).

1. **Teori Bekerjanya Hukum**

Teori bekerjanya hukum yang dikemukan oleh Robert B Seidman dan William J Chamblis, teori ini menyusun model mengenai Rekonstruksi Budaya Ewuh Pakewuh untuk mewujudkan pemberdayaan perlindungan konsumen yang berkeadilan. Setiap konsep hukum mempengaruhi, mendorong atau memaksa agar suatu kegiatan dilakukan oleh lembaga pembuat peraturan dan lembaga kekuasaan, oleh karena itu model yang diajukan menggambarkan tuntutan yang diajukan oleh berbagai golongan di dalam masyarakat, kemudian oleh kekuasaan negara diselenggarakan dengan mempergunakan hukum sebagai sarana untuk mendorong atau memaksakan dilakukannya tingkah laku –tingkah laku yang diinginkan dari pemegang peran.

1. **Perlindungan Konsumen**

Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

* 1. Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Perdata

Hukum perlindungan konsumen membicarakan sejumlah hak konsumen yang perlu mendapatkan perlindungan hukum, jika dilihat dari lahirnya hak sebagai hak konsumen, sebagian di antaranya adalah hak yang timbul karena adanya perjanjian atau kontrak, yaitu transaksi antara konsumen dan pelaku usaha, yaitu upaya atau cara yang ditempuh konsumen untuk mendapatkan produk kebutuhannya, umumnya yang disebut perjanjian (kontrak). Perjanjian atau kontrak berada dalam lapangan hukum perdata. Sebagai hak keperdataan, konsumen harus memperjuangkan sendiri haknya melalui saluran-saluran hukum perdata dan institusi hukum perdata yang disediakan oleh negara, jelasnya jika seorang konsumen dilanggar haknya dan karena itu menimbulkan kerugian baginya, konsumen itu dapat mengajukan tuntutan (gugatan) secara perdata untuk mempertahankan atau mendapatkan kembali haknya.

* 1. Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Pidana

Di samping mempunyai aspek keperdataan, hukum perlindungan konsumen juga mempunyai aspek pidana, karena itu hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum pidana. Jelasnya hak konsumen sebagaimana disebutkan di atas ada yang bernuasa punlik sehingga dapat dipertahankan melalui hukum pidana. Perbuatan produsen –pelaku usaha yang menimbulkan kerugian kepada konsumen dalam tingkatan dan kompleksitas tertentu mungkin saja berdimensi kejahatan. Artinya perbuatan produsen-pelaku usaha yang merugikan /melanggar hak konsumen yang bertentangan dengan norma-norma hukum pidana dapat dikategorikan sebagai tindak pidana, karena diselesaikan dengan hukum pidana dan memakai instrument pidana.

* 1. Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Administrasi Negara

Pemerintah memegang peranan penting dalam upaya mewujudkan perlindungan hukum atas hak-hak.Peranan pemerintah dapat dimainkan dalam tiga hal : Regulasi, pemerintah dapat mengambil peran melalui pembuatan/penciptaan peraturan-peraturan yang berisikan pengakuan dan penegasan hak-hak konsumen yang harus dihormati oleh pihak lain. Mengontrol/Mengawasi penaatan terhadap peraturan-peraturan, sekedar membuat peraturan tanpa mengawasi pelaksanaan dilapangan tidaklah bermanfaat banyak. Justru yang paling penting adalah bagaimana produsen menaati peraturan tersebut di dalam usahanya memproduksi dan mengedarkan produknya, dengan demikian jangan sampai beredar ke masyarakat produk yang tidak memenuhi syarat (standar) yang kemudian merugikan konsumen. Kontrol penataan peraturan ini menjadi penting apabila berkaitan dengan produl yang berhubungan erat dengan kesehatan dan keselamatan manusia misalnya produk pangan. [[27]](#footnote-27)

Kontrol penataan peraturan ini menjadi penting apabila berkaitan dengan produk yang berhubungan erat dengan kesehatan dan keselamatan manusia, tentu tidak perlu menunggu lebih dahulu jatuh korban baru kemudian dilakukan pemeriksaan terhadap sarana dan prasarana produksinya. Akan tetapi aparat negara yang bertugas dan berwenag untuk itu harus proaktif memeriksa dan mengawasi proses produksi dan peredaran pangan tersebut.

Pelaksanaan peraturan perlindungan konsumen juga menjadi penting dalam kaitannya dengan pemberian hukuman (*punishment*) atas setiap pelanggaran ketentuan yang berlaku. Pemberiann hukuman ini kadang manjadi suatu keharusan apabila pelanggaran itu sudah sedemikian rupa supaya tidak terulang lagi dan atau pihak lain tidak mengulanginya.Hukuman atau sanksi yang diberikan oleh pemerintah ini berupa sanksi administrasi yang dapat diterapkan secara berjenjang, mulai dari teguran/peringatan, denda sampai pencabutan ijin usaha.

Faktor situasi dan kondisi yang memungkinkan produsen-pelaku melakukannya dengan baik sekaligus yang memungkinkan untiuk memperoleh hak-haknya. Artinya harus tercipta iklim yang kondusif bagi produsen – pelaku usaha yang memberi kesempatan baginya untuk berperilaku sesuai dengan peraturan yang ada. Kondisi seperti ini tentulah tidak muncul begitu saja, tetapi harus diciptakan oleh pemerintah. Iklim kondusif untuk menuntut haknya apabila konsumen telah menderita kerugian karena memakai atau mengkonsumsi produk. Artinya jika konsumen bermaksud mempertahankan atau menuntut haknya seharusnya mendapat dukungan positif dari lembaga eksekutif dan lembaga-lembaga negara lainnya yang terkait. [[28]](#footnote-28)

* 1. Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Ekonomi

Istilah hukum ekonomi belum diterima dengan sikap yang sama oleh seluruh perguruan tinggi (hukum) di Indonesia, kenyataannya istilah hukum ekonomi ini makin luas dikenal. Kalau hukum ekonomi diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi dan hubungan ekonomi, hukum perlindungan konsumen, menurut ekonomi dan hubungan ekonomi. Menurut G. Schrans hukum ekonomi juga mencakup hubungan timbal balik dari sistem ekonomi terhadap sistem hukum dan pengaruh hukum terhadap sistem ekonomi. Akhirnya, hukum ekonomi juga menguji sampai di mana syarat-syarat dan asas manfaat dan kegunaan yang menjadi pegangan di bidang ekonomi sesuai dan searah dengan nilai-nilai hukum dan keadilan yang tercermin di dalam kaidah-kaidah sistem hukum nasional.

1. **Rekontruksi Budaya Dalam Mengubah Perilaku Masyarakat**

Berbicara mengenai masalah budaya dan menganalisis sebuah sistem budaya tidaklah mudah karena yang kita bicarakan ini adalah sesuatu yang sifatnya abstrak dan kompleks. Sistem budaya tidak dapat berdiri sendiri, hal ini karena untuk melihat atau mengamati masalah pada sistem budaya ini dapat diamati melalui gejala-gejala yang ada di dalam sistem sosial masyarakat tersebut. Sistem sosial merupakan bentukan dari sistem tingkah laku individu di dalam masyarakat. Sedangkan sistem budaya itu sendiri merupakan hasil dari cita, rasa, karsa dan karya manusia dalam kehidupan sosialnya yang bersifat dinamis, baik karena dipengaruhi oleh faktor dalam diri individu (faktor internal) atau faktor sosial (faktor eksternal), untuk mengubah pola perilaku sosial masyarakat harus merubah budaya yang ada didalam masyarakat tersebut. Hal ini karena ada hubungan kausalitas antara sistem sosial dan sistem budaya. Termasuk terkait dengan perubahan budaya yang berpengaruh terhadap sistem sosial budaya masyarakat yang mengatur pola perilaku dan hubungan yang disesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku di dalam masyarakat sesuai dengan apa yang telah menjadi kesepakatan dan kebiasaan masyarakat. Sistem sosial masyarakat Indonesia yang tercermin pada perilaku sosial masyarakat menjadi suatu kebiasaan yang dilakukan secara berulang-ulang. Dan hal demikian dianggap sebagai perilaku yang pantas yang akhirnya menjadi budaya dan menjadi bagian dari sistem yang ada di dalam kehidupan masyarakat yang sudah menjadi suatu rangkaian. Wujud konkrit keterkaitan diatas terlihat jelas pada sistem budaya di Indonesia khususnya di Jawa. Keadaan Indonesia dengan heterogenitas budayanya dan sikap bangsa yang terbuka akan adanya perubahan, akan tetapi dalam hal ini perubahan yang dimaksud adalah perubahan yang disesuaikan dengan unsur-unsur yang sebelumnya sudah ada yaitu nilai dan norma yang ada di dalam masyarakat.[[29]](#footnote-29)

1. **Budaya “Ewuh Pakewuh” Masih Menjadi Faktor Penyebab Lemahnya Pemberdayaan Perlindungan Konsumen**

Lemahnya pemberdayaan perlindungan hukum terhadap konsumen , baik di tingkat regulasi maupun pelaksanaannya, konsumen pada umumnya juga memiliki kedudukan yang lemah secara kontraktual karena daya tawarnya sangat lemah atau bahkan tidak ada. Hal ini terjadi karena hampir semua layanan jasa menggunakan bentuk perjanjian baku (strandard contract) yangseringkali berisi klausula-klausula yangtidak adil danmemberatkan/merugikan konsumen (unfair contract terms). Oleh karena itu sesungguhnya konsumen jasa tidak berdaya ketika mereka dirugikan dan bermaksud menuntut ganti kerugian. Mendasarkan pada hal-hal di atas, tampak jelas bahwa konsumen jasa perlu untuk diberdayakan, dilindungi, dan dibela hak-hak dan kepentingannya. Dalam perspektif perlindungan konsumen, kedudukan pelaku usaha relatif lebih kuat dan dominan ketimbang konsumen. Sebagai pihak yang tidak mengetahui seluk beluk proses dan hasil suatu produk barang dan atau jasa, konsumen (sekalipun dirugikan) seringkali harus “nrimo” atau menerima apa adanya atas barang dan atau jasa yang dikonsumsinya. Sebaliknya pelaku usaha, karena pengetahuan atas produk dan daya tawarnya yang lebih tinggi, dapat menggunakan kelebihannya itu untuk dapat berkelit dan menghindar dari tanggung jawabnya. Hal inilah yang kemudian menjadikan ketidakseimbangan kedudukan konsumen dan pelaku usaha pada umumnya. Dalam wacana hukum perlindungan konsumen, kebijakan konsumen (consumer policy) meliputi 3 (tiga) hal penting yakni

1. Kebijakan perlindungan konsumen (consumer protection policy)
2. Kebijakan persaingan usaha (competition policy)
3. Kebijakan pemberdayaan konsumen (consumer empowerment policy)

Budaya ewuh pakewuh ini ada positif dan negatifnya. Bentuk positif terdapat suatu penghargaan yang tinggi terhadap atasan, dan ada upaya untuk menghormati dan melaksanakan kebijakan yang telah dibuat oleh pihak atasan dengan kesungguhan. Namun dibalik itu budaya ewuh pakewuh tanpa keinginan memberikan saran dan pendapat menimbulkan budaya kerja nrimo. Oleh karena itu, budaya ewuh pakewuh itu mestinya diambil sisi positifnya, dan ditransformasikan ke bentuk lain, sehingga bisa mendorong berjalannya pemberdayaan perlindungan konsumen , karena budaya ewuh pakewuh ini bisa menghambat pemberdayaan perlindungan konsumen apabila konsumen ini hanya bersikap nrimo, merasa sungkan kepada pelaku usaha, dengan sikapa seperti itu konsumen akan mengambil sikap diam, konsumen tidak paham hak dan kewajiban mereka sendiri, dan tidak akan memperjuangkan haknya dikarenakan sikap ewuh pekewuh yang tertanam pada diri konsumen, untuk itu perlu pembenahan budaya kerja ini secara bertahap dan berkesinambungan dalam rangka meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya dan mereka akan menjadi berdaya untuk melawan tindakan pelaku usaha yang sewenang-wenang, konsumen harus melakukan pembenahan-pembenahan secara bertahap. Untuk itu diperlukan suatu usaha perubahan agar konsumen mengurangkan budaya ewuh pakewuh yang menyebabkan munculnya budaya kerja nrimo ini agar tumbuh berkembang menjadi budaya kreatif dan inovatif yang mendorong pemberdayaan perlindungan konsumen.

1. **Rekonstruksi Budaya *“Ewuh Pakewuh”* Untuk Mewujudkan Pemberdayaan Perlindungan Konsumen Yang Berkeadilan**

Budaya ewuh pakewuh yang berarti sungkan dalam batas normal masih dapat ditoleransi dalam meningkatkan tali silahturami, namun budaya ini juga bisa jadi bumerang bagi orang yang melakukannya. Persoalan yang sering terjadi manakala seseorang harus menyampaikan pendapat akan terbelenggu dengan "ewuh pakewuh".Gramsci seorang filsuf Italia memiliki pandangan, semakin luas dan semakin mengakar kehidupan budaya individu, semakin dekatlah pendapat-pendapatnya dengan kebenaran, (dan dengan demikian) pendapat-pendapatnya itu dapat diterima oleh siapapun. Semakin banyak individu yang memiliki kehidupan budaya yang luas dan mengakar, semakin dekatlah pendapat-pendapat masyarakatnya dalam pengertian bahwa pendapat-pendapat itu mengandung kebenaran dalam bentuknya yang belum matang dan belum sempurna yang masih dapat dikembangkan hingga ia benar-benar matang dan benar-benar sempurna. Artinya, kebenaran sebuah budaya tidak boleh disajikan dalam bentuk dogmatis dan absolut, seolah-olah kebenaran itu matang dan sempurna. Kebenaran karena dapat menyebar, harus disesuaikan dengan kondisi sejarah dan kebudayaan kelompok sosial dimana kita ingin menyebarkannya. Sifat ewuh pakewuh sangat membuktikan hegemoninya pada masyarakat jawa karena keyakinan orang-orang oleh sebuah hubungan yang harus dijaga dengan perilaku ewuh pakewuh. Hal ini akan memperjelas karena kita tahu budaya Jawa walaupun sudah mengalami perubahan yang signifikan namun nilai-nilainya masih ditanam dan senantiasa ada tercermin pada perilaku masyarakat Jawa itu sendiri, bisa dikatakan hegemoni ewuh pakewuh sangat kuat. Bukti lain dari hegemoni budaya ini adalah adanya hal turun-temurun. Dari orang tua mereka, mereka diajarkan untuk mengetahui orang-orang yang memiliki hubungan dan baik untuk melakukan tindakan ewuh pekewuh. Pada satu sisi budaya ewuh pakewuh membentuk sebuah pribadi yang halus dan memiliki tingkatan yang tinggi dalam aspek menjaga perasaan orang (yang memiliki kedudukan lebih tinggi), namun sisi lain ewuh pakewuh juga membatasi kebebasan dalam mengungkapkan pendapat dan kebenaran. Sering terjadi pada seorang dengan posisi yang lebih rendah tidak berani menyampaikan pendapatnya kepada seseorang yang meiliki posisi yang lebih tinggi, sehingga hal ini dapat membelenggu pengembangan kreatifitas dan pola pikir. Sebaliknya dikenal sebuah perilaku Asertif atau Asertivitas, yaitu suatu kemampuan untuk mengkomunikasikan apa yang diinginkan, dirasakan, dan dipikirkan kepada orang lain namun dengan tetap menjaga dan menghargai hak-hak serta perasaan pihak lain. asertif adalah sebuah sikap yang mengandung pengertian untuk mengatakan dan bertindak sesuai dengan hati nurani dan benar adanya. Orang yang bertingkah laku asertif, memiliki keberanian sungguh-sungguh untuk mengatakan kebenaran yang ada sekalipun ia siap untuk tidak disenangi orang lain. Ia berani mengatakan apa yang benar kepada orang lain tanpa perlu merasa ada hutang budi atas kebaikan orang lain tersebut. Bahkan ia sangat selektif menerima pemberian orang lain, jika pemberian tersebut nantinya akan menganggu idealismenya untuk menegakkan kebenaran.Memiliki sikap ewuh pakewuh cukup sebatas hal kewajaran, tidak harus menjadikan ewuh pakewuh sebagai penghalang bagi pengembangan diri apalagi sampai harus membatasi hak-hak pribadi. Budaya ewuh pakewuh sebaiknya dikombinasi dengan sikap asertif sehingga menjadi keseimbangan komunikasi sosial yang memiliki kualitas tanpa harus merendahkan diri sendiri.

1. **Kesimpulan**

Pengaruh budaya birokrasi “ewuh-pakewuh” menjadikan posisi pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang, walaupun dalam situasi tertentu dapat memunculkan sikap asertif yang penuh kehati- hatian dari bawahan terhadap atasan (kondisional dan situasional). Terdapat hal yang perlu digaris bawahi yaitu *uncertainty avoidance* (menghindari ketidakpastian) tinggi ternyata terbukti secara empirik menjadikan control environment (lingkungan pengendalian) tinggi atau efektif. *uncertainty avoidance* (menghindari ketidakpastian) tinggi dapat diartikan bahwa konsumen “menunggu petunjuk pelaku usaha ” karena merasa pelaku usaha lebih berhak untuk memutuskan suatu persoalan ketidakpastian atau persoalan ambiguitas. Dalam suatu pra-kondisi konsumen “menunggu petunjuk pelaku usaha” tersebut, pelaku usaha mengembangkan kebijakan mendorong sikap blaka (berbicara terus terang) dari konsumen. Perilaku pelaku usaha yang mendorong sikap blaka dari konsumen merefleksikan hubumgan yang kondusif. Dampak dari hubungan yang kondusif anatara pelaku usaha dan konsumen muncul adanya *control environment* (lingkungan pengendalian) menjadi efektif, yaitu pembinaan yang sehat terhadap konsumen, hubungan kerja yang harmonis, peran pemerintah menjadi efektif, komitmen yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha, integritas dan nilai etika yang tinggi. Mengingat *control environment* (lingkungan pengendalian) merupakan landasan (platform) dari empat komponen sistem pengendalian intern lainnya, yang meliputi *risk assessment* (penilaian risiko), *control activities* (aktivitas pengendalian), *information and communication* (informasi dan komunikasi), serta *monitoring* (pemantauan), maka *control environment* (lingkungan pengendalian) yang efektif dapat memberikan dampak signifikan terhadap efektivitas sistem hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.

Berdasarkan gambaran tersebut di atas, secara umum dapat disimpulkan bahwa diakui atau tidak, konsumen di Indonesia masih sulit untuk melepaskan diri dari kungkungan budaya ketimuran dalam konteks kesantunan Jawa *“ewuh- pakewuh”*, dan terbukti secara empirik bahwa budaya birokrasi *“ewuh-pakewuh”* menjadikan sistem hubungan pelaku usaha dengan konsumen tiidak seimbang. Walaupun dalam situasi tertentu dapat memunculkan sikap asertif yang penuh kehati- hatian dari konsumen terhadap pelaku usaha atasan (kondisional dan situasional). Namun demikian, di lain pihak budaya birokrasi *“ewuh-pakewuh”* terbukti secara empirik dapat direduksi atau diminimalisasi dengan mengembangkan perilaku yang kondusif yang dilakukan oleh pelaku usaha.

1. **Saran**

Pengaruh Budaya Birokrasi *“ewuh-pakewuh”* terbukti menjadikan hubungan pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang dalam lingkungan, maka disarankan beberapa hal, sebagai berikut:

Pelaku usaha mengedepankan keadilan dan kepedulian kepada pelaku usaha agar hubungan bisa lebih harmonis yaitu dengan cara :

* 1. Mendorong sikap blaka dari konsumen. Dalam kebudayaan Jawa, blaka adalah sikap sangat terhormat untuk berbicara terus terang, berani mengatakan kenyataan yang sebenarnya.
  2. Memiliki tradisi dan kearifan untuk menjalin komunikasi dua arah antara konsumen dan pelaku usaha secara har

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm 8

Az. Nasution, 1995, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hal 164

Candra Irawan,Dasar-Dasar Pemikiran Hukum Ekonomi Indonesia, Mandar Maju, Bandung, 2013, hlm 19-20

David Oughton dan John Lowry, Texboox on Consumer Law, Blackstore Press Ltd, London, 1997, hal.10-11

Esmi Warassih, Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Tujuan Hukum, Pidato Pengukuhan Guru Besar FH UNDIP, Semarang, tahun 2001, hal 11 (Dalam buku : M. Ali Masyur. Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen, Genta Press,2007

Hukum Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada, Edisi Khusus No.39/X/2001, hlm 147

Ifdal Kasim dkk, Hak Ekonomi, Sosial, Budaya, Buku 2 (Jakarta :Eslam,2001), hlm 15

Inosentius Samsul, Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak (Jakarta: Universitas Indonesia Fakultas Hukum Pascasarjana, 2004), hlm 143

Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm 52-53

John Rawls, A Theory of Justice (Teori Keadilan) Dasar Filsafat Politik Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Negara

Lawrence M. Friedman, The Legal System: A Social Science Prespective, Russel Sage Foundation, New York, 1975, hlm 12-16

Lembaga Kajian Mahasiswa Pidana Universitas Hasanuddin, Perbedaan antara Teori Hukum Positivisme (John Austin) dengan Teori Hukum Progresif (Satjipto Rahhardjo)

Martojo, Hendro. 2008. *Kinerja Aparat Pemerintah Masih Diwarnai Budaya Negatif dan Ketimuran.* [http://www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id/)

Nordholt, Nico Schulte. 1987. *Ojo Dumeh, Perilaku Kepemimpinan Lokal dalam Pembangunan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

Noviarti Narulliah, Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Cenderung Lemah, Pikiran Rakya Com, 20 April 2019

R. Subekti dan Tjitrosudibio ;1980, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pradnya Paramita, Jakarta, 1980 hal 304, secara khusus pasal 1313 Tentang Pengertian Perjanjian (Dalam buku : M. Ali Masyur. Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen, Genta Press,2007

Rekonstruksi Budaya Dalam Mengubah Perilaku Sosial Masyarakat, Solik Wahyuni, Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Satjipto Rahadjo, Hukum dan Perubahan Sosial Suatu Tinjauan Teoritis Serta Pengalaman-Pengalaman di Indonesia, Genta Pubblising, Yogyakarta,2009 hlm 29-30

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Gransindo, 2000, hal 48-49

Soeharjono, H. I. 2011. *Pengaruh Budaya Birokrasi “ewuh-pakewuh” Terhadap Efektivitas Sistem Pengendalian Intern*. Jurnal Ilmu Administrasi Vol. VIII No. 3

Sri Rejeki Hartono, dalam makalah seminar “ Organisasi Konsumen Sebagai Mediator Kepentingan Konsumen”FH UGM, 1991 (Dalam buku : M. Ali Masyur. Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen, Genta Press,2007

Tobing, D. H. 2010. Asertivitas Perokok Pasif Dalam Budaya Ewuh Pakewuh. *Thesis*.Yogyakarta: Program Magister Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

Tini Hadad, Dalam Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen (Yoyakarta: Diadit Media, 2001). Cet II, hlm vii

**Internet**

<https://www.kompasiana.com> diakses pada hari rabu tanggal 5 Januari 2020 jam 21.30

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20191009142326-8-105603/langkah-tegas-bpkn-atasi-menjamurnya-fintech-ilegal> diakses pada hari rabu tanggal 8 Januari 2020 jam 22.30

1. Martojo, Hendro. 2008. *Kinerja Aparat Pemerintah Masih Diwarnai Budaya Negatif dan Ketimuran.* [http://www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id/) [↑](#footnote-ref-1)
2. Nordholt, Nico Schulte. 1987. *Ojo Dumeh, Perilaku Kepemimpinan Lokal dalam Pembangunan*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. [↑](#footnote-ref-2)
3. https://www.kompasiana.com [↑](#footnote-ref-3)
4. Noviarti Narulliah, Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Cenderung Lemah, Pikiran Rakya Com, 20 April 2019 [↑](#footnote-ref-4)
5. Sri Rejeki Hartono, dalam makalah seminar “ Organisasi Konsumen Sebagai Mediator Kepentingan Konsumen”FH UGM, 1991 (Dalam buku : M. Ali Masyur. Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen, Genta Press,2007 [↑](#footnote-ref-5)
6. R. Subekti dan Tjitrosudibio ;1980, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pradnya Paramita, Jakarta, 1980 hal 304, secara khusus pasal 1313 Tentang Pengertian Perjanjian (Dalam buku : M. Ali Masyur. Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen, Genta Press,2007 [↑](#footnote-ref-6)
7. https://www.cnbcindonesia.com/news/20191009142326-8-105603/langkah-tegas-bpkn-atasi-menjamurnya-fintech-ilegal [↑](#footnote-ref-7)
8. Esmi Warassih, Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mewujudkan Tujuan Hukum, Pidato Pengukuhan Guru Besar FH UNDIP, Semarang, tahun 2001, hal 11 (Dalam buku : M. Ali Masyur. Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen, Genta Press,2007 [↑](#footnote-ref-8)
9. Az. Nasution, 1995, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hal 164 [↑](#footnote-ref-9)
10. Tobing, D. H. 2010. Asertivitas Perokok Pasif Dalam Budaya Ewuh Pakewuh. *Thesis*.Yogyakarta: Program Magister Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada [↑](#footnote-ref-10)
11. Soeharjono, H. I. 2011. *Pengaruh Budaya Birokrasi “ewuh-pakewuh” Terhadap Efektivitas Sistem Pengendalian Intern*. Jurnal Ilmu Administrasi Vol. VIII No. 3 [↑](#footnote-ref-11)
12. Tobing op.cit, hal 90 [↑](#footnote-ref-12)
13. David Oughton dan John Lowry, Texboox on Consumer Law, Blackstore Press Ltd, London, 1997, hal.10-11 [↑](#footnote-ref-13)
14. Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, Hukum Perlindungan Konsumen ( Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm 8 [↑](#footnote-ref-14)
15. Ifdal Kasim dkk, Hak Ekonomi, Sosial, Budaya, Buku 2 (Jakarta :Eslam,2001), hlm 15 [↑](#footnote-ref-15)
16. Tini Hadad, Dalam Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen (Yoyakarta: Diadit Media, 2001). Cet II, hlm vii [↑](#footnote-ref-16)
17. Hukum Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada, Edisi Khusus No.39/X/2001, hlm 147 [↑](#footnote-ref-17)
18. Inosentius Samsul, Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak ( Jakarta: Universitas Indonesia Fakultas Hukum Pascasarjana, 2004), hlm 143 [↑](#footnote-ref-18)
19. Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Gransindo, 2000, hal 48-49 [↑](#footnote-ref-19)
20. John Rawls, A Theory of Justice (Teori Keadilan) Dasar Filsafat Politik Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Negara [↑](#footnote-ref-20)
21. Lawrence M. Friedman, The Legal System: A Social Science Prespective, Russel Sage Foundation, New York, 1975, hlm 12-16 [↑](#footnote-ref-21)
22. Candra Irawan,Dasar-Dasar Pemikiran Hukum Ekonomi Indonesia, Mandar Maju, Bandung, 2013, hlm 19-20 [↑](#footnote-ref-22)
23. Lembaga Kajian Mahasiswa Pidana Universitas Hasanuddin, Perbedaan antara Teori Hukum Positivisme (John Austin) dengan Teori Hukum Progresif (Satjipto Rahhardjo) [↑](#footnote-ref-23)
24. ibid [↑](#footnote-ref-24)
25. Satjipto Rahadjo, Hukum dan Perubahan Sosial Suatu Tinjauan Teoritis Serta Pengalaman-Pengalaman di Indonesia, Genta Pubblising, Yogyakarta,2009 hlm 29-30 [↑](#footnote-ref-25)
26. ibid [↑](#footnote-ref-26)
27. Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm 52 [↑](#footnote-ref-27)
28. Ibid hal 53 [↑](#footnote-ref-28)
29. Rekonstruksi Budaya Dalam Mengubah Perilaku Sosial Masyarakat, Solik Wahyuni, Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember [↑](#footnote-ref-29)