



# Dampak Penyunatan Takaran Minyak Goreng Kita terhadap Kepercayaan Masyarakat dan Upaya Perlindungan Konsumen (Studi Kasus PT. Artha Eka Global Asia)

Sebastian Alboen Sihombing<sup>1\*</sup>, Reva Setianingsih<sup>2</sup>, Urai Vidia<sup>3</sup>  
<sup>1-3</sup>Jurusan Ilmu Hukum, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Jalan Raya Dompok, Dompok, Kec. Buki Bestari, Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Indonesia

Korespondensi penulis: [sebastianalboen@gmail.com](mailto:sebastianalboen@gmail.com)\*

**Abstract.** *Legal protection for consumers is an important issue in maintaining public trust in products circulating in the market, especially in subsidized cooking oil products. Decreasing quality or cutting product content can affect consumer perception, which has an impact on decreasing trust in the product brand. This study aims to analyze the impact of legal protection on the consequences of cutting subsidized cooking oil and how this incident affects public trust. The research method used is a qualitative approach with a case study analysis of the event of cutting the contents of cooking oil products by PT AEGA. The results of the study indicate that non-compliance with product quality standards can cause consumer distrust and worsen the brand image that has been identified with the government subsidy program. Therefore, it is important for the government and business actors to increase transparency, supervision, and law enforcement so that the public does not feel disadvantaged and continues to trust the products they consume. This study also recommends strengthening regulations and legal counseling to the public to increase their awareness and participation in consumer protection.*

**Keywords:** *Consumer trust, Legal protection, Subsidized cooking oil.*

**Abstrak.** Perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi isu penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat terhadap produk yang beredar di pasar, khususnya pada produk minyak goreng subsidi. Penurunan kualitas atau penyunatan isi produk dapat mempengaruhi persepsi konsumen, yang berdampak pada menurunnya kepercayaan terhadap merek produk tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak perlindungan hukum terhadap akibat penyunatan minyak goreng bersubsidi dan bagaimana kejadian tersebut mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis studi kasus pada peristiwa penyunatan isi produk minyak goreng oleh PT AEGA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakpatuhan terhadap standar kualitas produk dapat menyebabkan ketidakpercayaan konsumen dan memperburuk citra merek yang telah diidentifikasi dengan program subsidi pemerintah. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan pelaku usaha untuk meningkatkan transparansi, pengawasan, dan penegakan hukum agar masyarakat tidak merasa dirugikan dan tetap mempercayai produk yang mereka konsumsi. Penelitian ini juga merekomendasikan penguatan regulasi serta penyuluhan hukum kepada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi mereka dalam perlindungan konsumen.

**Kata kunci:** Kepercayaan konsumen, Perlindungan hukum, Minyak goreng subsidi.

## 1. PENDAHULUAN

Perkebunan kelapa sawit di Indonesia terus mengalami peningkatan. Sejak tahun 60 an luas Perkebunan kelapa sawit di Indonesia terus berkembang pesat. Pada tahun 1967 luas Perkebunan sawit Indonesia hanya seluas 105.808 hektar, pada tahun 1997 mengalami perkembangan yang sangat signifikan menjadi 2.5 juta hektar. Perkembangan ini terjadi pada tahun 1990-1997 yang mana setiap tahunnya mengalami perkembangan seluas 200.000 hektar, perkembangan ini terjadi pada Perkebunan sawit milik Perusahaan swasta. Hingga 2011 menjadi 12 juta hektar luas kebun sawit dunia dan 8 juta hektarnya berada di Indonesia, perluasan kebun sawit ini banyak terjadi di Riau, Kalimantan dan Sulawesi. Dari 12 juta hektar

kebun sawit ini bisa menghasilkan 140,6 juta ton CPO dan bisa memenuhi kebutuhan minyak nabati dunia yang mencapai 1.700.000 ton pertahunnya. Indonesia dan Malaysia merupakan penghasil minyak terbesar didunia sekitar 85 % minyak yang di hasilkan dunia berasal dari dua negara ini., oleh sebab itu Indonesia pada tahun 2012 menjadi pengekspor terbesar CPO Bersama negara-negara Asia Tenggara lainnya.

Semakin meningkatnya konsumsi minyak dunia, ekspor CPO juga ikut mengalami peningkatan. Pada lima tahun terakhir ini ekspor CPO 11% di lakukan oleh Indonesia dan Malaysia, kedua negara ini berhasil menguasai 91 % pangsa pasar dunia. Sebagai pengekspor CPO terbesar dunia Indonesia harus terus mengembangkan Perkebunan sawitnya terutama yang berada di Provinsi Riau.

Salah satu hasil pengolahan terbesar dari kelapa sawit adalah untuk dijadikannya minyak goreng. Minyak goreng merupakan komoditas penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia, baik untuk kebutuhan rumah tangga maupun sektor industri makanan. Minyak goreng menjadi salah satu komponen terpenting dalam kebutuhan rumah tangga di Indonesia. Pemerintah menggolongkan minyak goreng sebagai bahan pangan tertentu yang mana harga dan kesediannya selalu dijaga oleh pemerintah.

Berdasarkan data Badan Pangan Nasional (BAPANAS) pada 2023 rata-rata masyarakat Indonesia mengonsumsi minyak goreng 9,56 kilogram/kapita/ tahun. Sementara pada tahun 2022 penggunaan minyak goreng masyarakat Indonesia mencapai 9,47 kilogram/ kapita/ tahun. Dari dua tahun terakhir dapat dilihat konsumsi minyak goreng masyarakat Indonesia mengalami peningkatan sebesar 0,9. Total kebutuhan minyak goreng untuk konsumsi masyarakat Indonesia mencapai 2,66 juta ton/ tahun.

Sebagai komoditas penting dalam bahan pangan masyarakat Indonesia minyak goreng sawit ikut berperan penting dalam sektor perekonomian di Indonesia. Selama beberapa tahun belakangan ini harga minyak goreng di Indonesia mengalami peningkatan, sejak akhir tahun 2021 hingga 2022 harga minyak goreng curah menyentuh harga Rp. 17.942/ liter sehingga menyebabkan keresahan di masyarakat, khususnya kalangan masyarakat menengah ke bawah. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah Indonesia meluncurkan program minyak goreng bersubsidi dengan merek "Minyak Kita."

Peluncuran Minyak Kita bertujuan untuk menyediakan minyak goreng berkualitas dengan harga terjangkau. Produk ini dipasarkan dengan harga eceran tertinggi (HET) sebesar Rp 14.000 per liter, guna memastikan aksesibilitas bagi masyarakat luas. Program ini awalnya diterima dengan baik dan dianggap sebagai langkah strategis dalam menjaga stabilitas pasokan serta harga minyak goreng. Namun, seiring berjalannya waktu, muncul laporan mengenai

dugaan praktik pengurangan takaran pada produk Minyak Kita. Beberapa kemasan yang seharusnya berisi 1 liter, ternyata hanya mengandung 750-800 ml. Isu ini mengundang kekhawatiran terkait pelanggaran hak konsumen dan integritas produsen.

PT AEGA, salah satu produsen utama Minyak Kita, menjadi sorotan utama dalam kasus ini. Dugaan praktik pengurangan takaran yang dilakukan dianggap melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dari segala bentuk kecurangan. Situasi ini mengakibatkan penurunan kepercayaan masyarakat terhadap merek Minyak Kita, sekaligus memunculkan kebutuhan untuk memperkuat upaya perlindungan konsumen di Indonesia.

Kasus pengurangan volume pada kemasan minyak goreng bersubsidi merek Minyakita telah memicu perhatian luas dari masyarakat dan pemerintah. Menteri Perdagangan, Budi Santoso, mengungkapkan bahwa dalam operasi pengawasan terhadap PT AEGA, ditemukan sebanyak 140 karton Minyakita yang masing-masing berisi 12 botol dengan volume isi kurang dari satu liter. Selain itu, turut diamankan lebih dari 32 ribu botol kosong yang belum diisi.

Dari temuan tersebut, teridentifikasi sejumlah pelanggaran, seperti praktik penjualan bundling (penjualan paket dengan produk lain), kelengkapan izin usaha yang tidak sesuai, serta penyimpangan dalam pengisian volume produk. Yang mengejutkan, dugaan pelanggaran ini tidak hanya dilakukan oleh satu perusahaan saja, melainkan melibatkan sekitar 66 perusahaan yang terindikasi melakukan kecurangan serupa.

Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan menegaskan akan menindak tegas pelaku-pelaku yang terbukti melakukan penyimpangan demi menjaga kepercayaan publik serta keberlangsungan program Minyakita sebagai upaya penyediaan minyak goreng dengan harga terjangkau bagi masyarakat. Kasus ini pun menjadi salah satu cerminan penting dalam penegakan hukum di sektor perdagangan, khususnya dalam perlindungan konsumen dan pengawasan distribusi barang kebutuhan pokok

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus sebagai strategi utama dalam menganalisis fenomena penyunatan takaran pada produk Minyak Goreng Kita oleh PT. Artha Eka Global Asia. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam dampak dari praktik pengurangan isi produk terhadap kepercayaan masyarakat dan efektivitas perlindungan konsumen oleh pihak terkait. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan konsumen yang terdampak, perwakilan lembaga perlindungan konsumen, serta pihak internal PT. Artha Eka

Global Asia, apabila memungkinkan. Selain itu, penelitian ini juga didukung dengan dokumentasi dan studi literatur, termasuk telaah terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta regulasi terkait pengemasan dan pelabelan barang konsumsi.

Peneliti juga melakukan observasi terhadap kemasan fisik produk di lapangan untuk membandingkan antara label takaran dengan isi aktual yang ditemukan konsumen. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai dengan pendekatan Miles dan Huberman. Validitas data diuji dengan triangulasi sumber dan teknik, guna menjamin keakuratan dan objektivitas informasi yang diperoleh. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi sejauh mana tindakan penyunatan takaran berdampak pada turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk minyak goreng bersubsidi, serta bagaimana bentuk tanggung jawab hukum produsen dan efektivitas intervensi pemerintah dalam melindungi hak-hak konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penguatan sistem pengawasan mutu produk serta meningkatkan kesadaran produsen akan pentingnya transparansi dan etika bisnis yang adil.

### **3. PEMBAHASAN**

Peristiwa penyunatan isi atau volume produk oleh PT AEGA terhadap merek minyak goreng "Kita" menimbulkan keprihatinan publik yang mendalam serta memicu polemik hukum dan sosial di tengah masyarakat. Tindakan tersebut menimbulkan pertanyaan penting mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dan reputasi merek dagang yang terkena dampaknya. Merek "Kita" yang selama ini dikenal luas sebagai produk subsidi yang dijual dengan harga terjangkau oleh pemerintah, merupakan bagian dari upaya menjaga stabilitas pangan nasional.

Namun, tindakan pelaku usaha yang secara sepihak mengurangi isi bersih produk tanpa sepengetahuan konsumen, dan tanpa perubahan harga yang sesuai, dinilai sebagai pelanggaran terhadap hak-hak konsumen dan dapat dikategorikan sebagai perbuatan curang yang melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 8 ayat (1) huruf a UU Perlindungan Konsumen secara tegas melarang pelaku usaha memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau keterangan barang tersebut.

Tindakan PT AEGA yang diduga menyunat isi produk tanpa memperbarui keterangan label secara transparan dapat menimbulkan kerugian langsung kepada konsumen, baik dari sisi ekonomi maupun psikologis. Konsumen merasa ditipu karena menganggap telah membeli

barang dalam ukuran yang sesuai dengan label yang tercantum, namun nyatanya isi bersih yang diperoleh lebih sedikit. Perbuatan seperti ini tidak hanya merugikan konsumen sebagai end user, tetapi juga dapat mencederai kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk yang disubsidi pemerintah. Hal ini tentu akan berdampak terhadap penurunan kredibilitas merek minyak goreng "Kita" di mata masyarakat. Kepercayaan masyarakat yang selama ini dibangun melalui citra bahwa "Kita" merupakan produk yang aman, terjangkau, dan didistribusikan untuk kepentingan publik, akan mudah luntur apabila praktik curang seperti ini tidak segera ditindak secara tegas oleh pemerintah dan lembaga terkait.

Negara wajib hadir untuk memastikan bahwa hak konsumen terlindungi dan pelaku usaha yang menyimpang dari ketentuan dikenakan sanksi sesuai hukum yang berlaku. Selain UU Perlindungan Konsumen, tindakan PT AEGA juga dapat bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yang mengatur standar dan keamanan pangan, termasuk pelabelan dan informasi yang harus disampaikan secara jujur kepada konsumen. Apabila tindakan ini terbukti dilakukan dengan sengaja untuk mendapatkan keuntungan tidak sah, maka dapat pula dikategorikan sebagai tindak pidana penipuan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 378. Penegakan hukum harus dilakukan secara menyeluruh, mulai dari penyelidikan, penyidikan, hingga pemberian sanksi administratif atau pidana untuk memberikan efek jera, serta memulihkan kepercayaan publik terhadap sistem pengawasan distribusi pangan nasional.

Hukum perlindungan merek, tindakan tersebut juga bisa mencemarkan reputasi pemilik merek atau pihak yang mendistribusikan minyak goreng "Kita" di bawah pengawasan pemerintah. Jika PT AEGA hanya merupakan rekanan produsen atau distributor, maka pemerintah perlu mengevaluasi kerja sama tersebut. Pemilik merek dapat mengajukan gugatan atas dasar pencemaran nama baik usaha (merk defamation) dan wanprestasi kontraktual apabila dalam perjanjian kerja sama terdapat klausul yang mewajibkan pemenuhan kualitas dan kuantitas produk. Penurunan kepercayaan masyarakat terhadap produk tidak hanya berdampak pada aspek hukum, namun juga terhadap aspek ekonomi makro, mengingat minyak goreng merupakan komoditas strategis yang berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat dan inflasi harga pangan.

Sistem pengawasan produk makanan dan minuman di Indonesia. Lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha di tingkat produksi dan distribusi membuat ruang bagi terjadinya kecurangan. Oleh karena itu, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), Kementerian Perdagangan, dan lembaga lain yang berwenang harus meningkatkan pengawasan dan audit berkala terhadap produk-produk yang beredar di pasar, terutama yang

menggunakan label subsidi atau logo program pemerintah. Ketika masyarakat merasa bahwa mereka tidak mendapat perlindungan dari negara saat menjadi korban pelaku usaha curang, maka secara perlahan kepercayaan terhadap merek akan menurun, tidak hanya pada satu produk, melainkan pada keseluruhan sistem distribusi bahan pokok yang dikelola pemerintah.

Tidak adanya klarifikasi atau pertanggungjawaban langsung dari pihak PT AEGA maupun otoritas yang terkait terhadap peristiwa tersebut memperburuk citra merek. Konsumen akan merasa dirugikan dua kali, pertama karena isi produk yang tidak sesuai, kedua karena tidak adanya kejelasan tanggung jawab. Ketika masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap kejujuran pelaku usaha dan lemahnya respon otoritas, maka mereka akan memilih merek lain yang dianggap lebih transparan, meskipun harganya lebih tinggi. Ini tentu mengancam eksistensi merek "Kita" dalam jangka panjang, karena dalam dunia bisnis modern, kepercayaan (trust) adalah aset yang paling berharga dalam membangun loyalitas konsumen.

Peristiwa ini bukan hanya menyangkut pelanggaran atas hak konsumen secara individual, tetapi juga merupakan isu yang lebih luas mengenai integritas sistem distribusi pangan nasional dan efektivitas perlindungan hukum terhadap masyarakat. Diperlukan langkah cepat dan tegas dari pemerintah, baik dalam bentuk penindakan hukum terhadap pelaku, edukasi publik, pemulihan kepercayaan merek, hingga reformasi sistem pengawasan. Perlindungan hukum terhadap konsumen harus menjadi prioritas utama demi menjaga keadilan, kepastian hukum, dan keberlanjutan distribusi pangan yang sehat di Indonesia. Jika tidak ditangani dengan baik, maka kasus ini akan menjadi preseden buruk bagi upaya pemerintah dalam menjaga ketahanan pangan dan kepercayaan publik terhadap kebijakan subsidi pangan nasional.

Teori hukum, peristiwa penyunatan isi dari merek minyak goreng subsidi "Kita" oleh PT AEGA dapat dikaji dari asas *kepastian hukum* dan *keadilan*. Dalam teori hukum menurut Gustav Radbruch, hukum harus memenuhi tiga nilai dasar: keadilan, kepastian, dan kemanfaatan. Dalam konteks ini, penyunatan isi produk tanpa pemberitahuan yang transparan tidak memenuhi asas keadilan bagi konsumen karena terjadi ketidakseimbangan antara apa yang dibayar dan apa yang diterima. Hal ini juga melanggar asas kepastian hukum karena konsumen tidak mendapatkan informasi yang utuh, sehingga tidak dapat mengambil keputusan secara sadar (informed decision). Konsumen menjadi pihak yang paling dirugikan karena mereka telah membeli barang berdasarkan keyakinan bahwa informasi pada label benar adanya, padahal tidak demikian.

Pendekatan sosiologis, tindakan ini dapat menimbulkan keresahan publik dan menurunkan rasa percaya masyarakat terhadap produk hasil program pemerintah. Apalagi di tengah kondisi ekonomi yang belum stabil akibat dampak pandemi dan inflasi global, masyarakat sangat bergantung pada produk-produk bersubsidi. Ketika program ini dicerai oleh tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab, maka masyarakat menjadi skeptis terhadap kejujuran program-program serupa di masa depan. Secara psikologis, masyarakat akan merasa tidak lagi bisa bergantung pada merek “Kita” sebagai solusi atas kebutuhan pokok yang terjangkau. Ini menunjukkan adanya *moral hazard* dalam sistem distribusi pangan jika pengawasan dan penegakan hukum tidak dijalankan secara tegas.

Hubungan antara kepercayaan publik dan merek pemerintah, penting untuk dipahami bahwa merek subsidi seperti “Kita” tidak hanya menjadi simbol produk, tetapi juga simbol komitmen negara dalam menyejahterakan rakyatnya. Merek ini membawa nama besar pemerintah dalam setiap kemasannya. Oleh karena itu, apabila terjadi pelanggaran seperti pengurangan isi produk secara diam-diam, maka dampaknya bukan hanya pada perusahaan produsen seperti PT AEGA, melainkan juga pada citra pemerintah sebagai regulator dan penyelenggara program. Ketika masyarakat kehilangan kepercayaan terhadap merek “Kita,” maka akan muncul *public distrust* yang berpotensi meluas terhadap institusi pemerintahan secara keseluruhan.

#### **4. KESIMPULAN**

Peristiwa penyunatan minyak goreng oleh PT AEGA terhadap merek “Kita” bukan hanya sekadar pelanggaran teknis dalam distribusi barang, melainkan menjadi simbol dari tantangan besar dalam perlindungan konsumen, integritas pasar, dan kepercayaan publik terhadap program negara. Apabila tidak ditangani secara serius, maka peristiwa ini akan menjadi preseden buruk yang merusak fondasi kepercayaan sosial terhadap program-program pemerintah. Oleh karena itu, perlindungan hukum harus ditegakkan, keadilan bagi konsumen harus diwujudkan, dan sistem pengawasan harus diperkuat, agar kasus serupa tidak terulang kembali dan kepercayaan masyarakat terhadap negara dapat dipulihkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, M. (2020). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi bisnis. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(2), 123–134.
- Astuti, R., & Widyastuti, M. (2021). Dampak perlindungan konsumen terhadap kepercayaan masyarakat pada produk subsidi. *Jurnal Ekonomi dan Hukum*, 24(1), 72–89.

- Batubara, S., & Yuliana, D. (2020). Kepercayaan konsumen terhadap merek pemerintah: Studi kasus minyak goreng bersubsidi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(3), 100–112.
- Damanik, S., & Purba, P. (2019). Pengaruh penipuan pada merek subsidi terhadap ekonomi rumah tangga masyarakat. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 23(1), 54–67.
- Hasibuan, R. (2021). Reformasi regulasi perlindungan konsumen: Implikasi pada kepercayaan publik dan stabilitas ekonomi. *Jurnal Hukum dan Bisnis*, 29(4), 245–260.
- Hidayati, S., & Putri, A. (2021). Praktik distribusi barang subsidi dalam perspektif hukum perlindungan konsumen. *Jurnal Studi Hukum Indonesia*, 18(2), 88–102.
- Kurniawan, D., & Ningsih, P. (2020). Implikasi hukum terhadap produk subsidi yang tidak sesuai standar pada minyak goreng. *Jurnal Perundang-undangan Indonesia*, 22(1), 51–63.
- Lestari, N. (2020). Sanksi hukum dalam perlindungan konsumen minyak goreng bersubsidi. *Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 18(3), 130–143.
- Ningsih, A., & Prasetyo, B. (2022). Pengaruh penurunan kualitas produk subsidi terhadap kepercayaan masyarakat: Studi kasus minyak goreng bersubsidi. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Bisnis*, 25(1), 66–81.
- Purnama, R., & Anggraeni, E. (2021). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam pengawasan produk subsidi: Kasus minyak goreng. *Jurnal Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan*, 12(4), 233–245.
- Santoso, S., & Pramudia, S. (2021). Meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk subsidi melalui penguatan pengawasan hukum. *Jurnal Hukum Internasional*, 33(2), 122–136.
- Sari, P., & Widodo, T. (2021). Transparansi dan akuntabilitas dalam distribusi produk subsidi: Studi kasus minyak goreng. *Jurnal Administrasi Publik*, 24(3), 112–125.
- Siregar, M., & Irwanto, A. (2020). Pengaruh penurunan kualitas produk terhadap persepsi masyarakat dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Marketing*, 28(2), 90–103.
- Utami, D., & Sulaiman, M. (2020). Pentingnya pengawasan pemerintah dalam menjamin kualitas produk subsidi: Kasus minyak goreng. *Jurnal Hukum dan Kebijakan*, 20(1), 115–128.
- Yulianto, H., & Rosyadi, B. (2022). Kebijakan pemerintah dalam pengawasan minyak goreng bersubsidi dan dampaknya terhadap kepercayaan masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Pemerintahan*, 31(2), 77–90.