

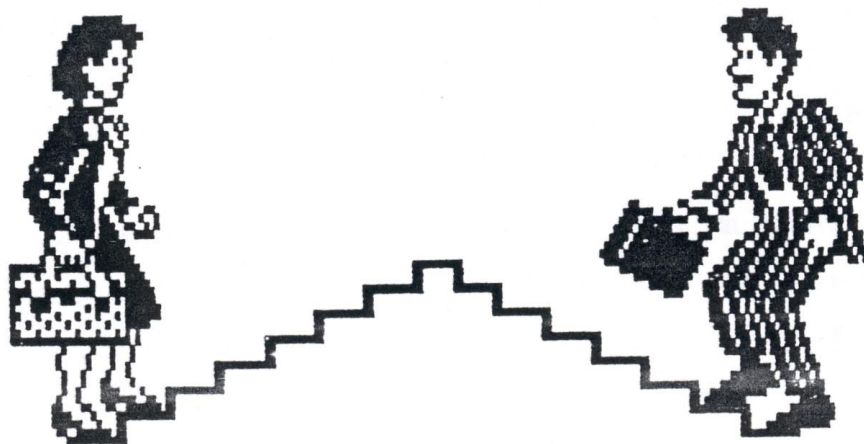


Bahan Perkuliahan

Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana

FT UNY YOGYAKARTA

PENDIDIKAN KONSUMEN



Oleh : Sri Sudaryati, dkk

Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana

FT UNY Yogyakarta

Dibiayai Dana P2T

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2005

KATA PENGANTAR

Diklat yang berjudul PENDIDIKAN KONSUMEN ini dimaksudkan sebagai buku pegangan bagi para mahasiswa yang ingin memperkaya pemahaman mereka tentang pokok kajian “konsumen dan perilakunya” dalam hal beli membeli.

Mata kuliah PENDIDIKAN KONSUMEN adalah merupakan mata kuliah jurusan **“wajib tempuh”** bagi program studi Tata Boga dan Tata Busana pada jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, FPTK IKIP YOGYAKARTA.

Dari diktat ini para mahasiswa akan memperoleh manfaat secara rinci tentang hal-ikhwal beli membeli. Sedang bagi para pembaca pada umumnya diharapkan diktat ini memberi manfaat sebagai pegangan untuk “bagaimana bias menjadi pembeli yang baik.”

Penulisan diktat ini ditangani oleh tim pengajar yang terdiri dari pengampu Mata kuliah Pendidikan Konsumen pada jurusan PKK . Diktat ini adalah awal sebuah usaha bagi pengembangan literature pendidikan konsumen yang dirasakan sebagai masih langka, dan arena itu perlu disusul oleh penulisan-penulisan yang lebih lengkap berikutnya.

Akhirnya diktat yang masih jauh dari sempurna ini semoga dapat membangkitkan minat dan pemikiran lebih lanjut dalam dunia pendidikan konsumen.

Yogyakarta,

Tim penyusun:

Dra. Sri Sudaryati, M.Si.

Dra. Purwati Tjahjaningsih

Dra. Sri Wening, M.Pd.

Dra. Enny Zuhni Khayati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR DIAGRAM.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Pengertian Pendidikan Konsumen	1
B. Fungsi dan Manfaat Pendidikan Konsumen	1
C. Sifat Konsumen.....	2
D. Kelompok Konsumen	3
Latihan.....	5
BAB II HAK DAN KEWAJIBAN	
A. Hak Konsumen.....	6
B. Kewajiban Konsumen	8
Latihan.....	9
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN	
A. Kerugian Konsumen.....	10
B. Perlindungan Konsumen	12
Latihan.....	13
BAB IV YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN	
A. Program Kerja Yayasan Lembaga Konsumen	14
B. Kegiatan Yayasan Lembaga Konsumen	15
C. Yayasan Lembaga Konsumen dalam Dunia International.....	17
Latihan.....	19
BAB V PENGADUAN	
A. Cara Menyampaikan Pengaduan.....	20
B. Jenis Barang dan Jasa yang Diadukan	21
C. Penyelesaian Pengaduan	22

D. Keuntungan Pengaduan.....	23
E. Hambatan Pengaduan.....	23
Latihan.....	24
BAB VI KEMASAN, LABEL DAN BARANG PALSU	
A. Kemasan.....	25
B. Label.....	27
C. Barang Palsu	29
Latihan.....	30
BAB VII PERILAKU KONSUMEN	
A. Pengertian.....	31
B. Model Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan.....	31
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	35
Latihan.....	35
BAB VIII STANDARDISASI INDUSTRI INDONESIA	
A. Standardisasi Barang.....	36
B. Manfaat Standardisasi	37
Latihan.....	40
BAB IX METROLOGI	
A. Metrologi.....	41
B. Jenis Timbangan Berdasarkan Sifat Penggunaannya.....	45
C. Jenis Anak Timbangan.....	46
Latihan.....	47
BAB X PERIKLANAN	
A. Macam-macam Iklan.....	51
B. Menghadapi Iklan.....	53
C. Reklame.....	53
Latihan.....	54
BAB XI CARA BERBELANJA YANG BAIK	
A. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian	55
B. Cara Berbelanja.....	56
Latihan.....	61

**BAB XII CARA MEMBELI PAKAIAN, MAKANAN DAN BARANG RUMAH
TANGGA**

A. Pakaian	62
B. Makanan	69
C. Barang Rumah Tangga.....	81
Latihan.....	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Cara Penimbangan Yang baik.....	48
2. Cara Penggunaan Takaran yang Baik	49
3. Cara Penggunaan Timbangan dan Takaran yang Benar	50
4. Model Pakaian dalam Berbagai Kesempatan.....	66
5. Model Pakaian dalam Berbagai Kesempatan.....	67
6. Model Pakaian dalam Berbagai Kesempatan.....	68
7. Bagian-bagian Sepi	73

DAFTAR DIAGRAM

Nomor	Halaman
1. Prosedur Penerimaan dan Penyelesaian Pengaduan yang Diajukan ke YLK	24
2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Model Nicosia	33
3. Prosedur Penggunaan Tanda SII	39
4. Sistem Pengawasan Penggunaan Tanda SII.....	40

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Kandungan Aflatoksin pada Beberapa Makanan Jajanan	77
2. Rata-rata Kandungan Zat Gizi Berbagai Jenis Makanan yang Diperoleh dari Berbagai Restoran Terkenal di Jakarta dan Bogor	80

BAB I PENDAHULUAN

A. Pengertian Pendidikan Konsumen

Konsumen adalah orang yang menggunakan uang untuk membeli (MCNeal, J.U. 1973). Pengertian yang lebih luas konsumen adalah pemakai barang dan jasa (Soedi Yono,R., 1989). Dengan demikian pendidikan konsumen merupakan suatu pendidikan yang mengajarkan bagaimana membeli atau memakai barang dan jasa yang tersedia di pasaran untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Pembeli adalah raja, kata ini mengandung arti bahwa konsumen adalah orang yang berkuasa mempergunakan kedudukannya, sebagai raja untuk menentukan pilihannya secara langsung pilihannya ini mempengaruhi kesejahteraan diri sendiri dan keluarganya.

B. Fungsi Dan Manfaat Pendidikan Konsumen

Konsumen menentukan pilihan atas barang dan jasa untuk dibeli karena ia merasa membutuhkan atau menginginkannya. Kalau ia telah menentukan barang atau menginginkannya. Kalau ia telah menentukan barang atau jasa yang ingin didapatkan, kemudian ia berusaha untuk membelinya. Membeli barang dan jasa dapat merupakan suatu kebiasaan. Kebiasaan pembeli ini dapat merupakan kebiasaan membeli yang baik atau yang kurang baik. Pendidikan konsumen hendak berusaha untuk mengajak orang untuk menentukan kebiasaan membeli yang baik pada diri sendiri, dengan demikian pendidikan konsumen berfungsi menjadikan seorang konsumen yang baik.

Sebagian besar kebutuhan hidup hanya bias diperoleh dengan jalan membeli. Perihal tentang beli membeli ini perlu diketahui oleh tiap-tiap konsumen. Pendidikan konsumen mengungkapkan tentang perihal beli membeli oleh karena itu sangat penting dipelajari. Dengan mempelajari pendidikan konsumen akan memberikan manfaat yang besar dalam kehidupan.

C. Sifat Konsmen

Berdasarkan jenis kelamin, konsumen dibedakan menjadi konsumen pria dan konsumen wanita. Menurut Jhonsone Dalam Mangkunegara, P.A.A.A. (1988), ada perbedaan antara pembeli pria dan wanita dalam hal ini kebiasaan

berbelanja. Konsumen perlu mengetahui sifat-sifat pembeli, agar dapat menilai baik dan buruknya, sehingga dapat mempertimbangkan cara yang tepat dalam berbelanja...

a. Sifat Konsumen wanita :

1. Suka Membanding-bandingkan/menawar
2. Sukar menentukan pilihan
3. Mudah terpengaruh oleh warna, rupa, bentuk suatu benda bukan pada kegunaan
4. Mementingkan status social
5. Mudah terpengaruh oleh iklan
6. Lebih banyak tertarik pada gejala mode, terutama pada remaja.
7. Menyenangi hal-hal yang romantis
8. Mudah meminta pendapat, pandangan dan nasihat orang lain
9. Senang berbelanja

Cara yang terbaik untuk melayani konsumen wanita :

1. Beri kesempatan untuk memilih barang yang banyak
2. Diperlukan kesabaran yang tinggi
3. Adakah penjualan obral, discount, undian dan sebagainya

b. Sifat Konsumen Pria :

1. Mudah terpengaruh oleh bujukan penjual
2. Sering tertipu karena kurang sabar memilih
3. Punya perasaan tak enak bila masuk toko tanpa membeli
4. Lekas menentukan pilihan
5. Mudah dipengarhi nasihat yang baik, argumentasi yang obyektif
6. Kurang suka berbelanja

Cara yang terbaik untuk melayani konsumen pria:

1. Dilayani dengan cepat
2. Penjelasan terbatas pada hal-hal yang ditanyakan
3. Jaga jangan sampai ia menyesal, supaya ia datang lagi ke toko anda
4. Jangan perlihatkan barang-barang yang mencolok

D. Kelompok Konsumen

Berdasarkan cara berkonsumsi, konsumen dapat dibedakan atas :

1) Konsumen pribadi (individual consumers)

Orang atau keluarga yang membeli barang yang dipergunakan untuk memenuhi keperluan mereka

2) Konsumen Lembaga (Instutional Consumers)

Lembaga yang memerlukan konsumsi. Barang dan jasa yang dikonsumsi dipergunakan sendiri atau diubah menjadi hasil produksi lain.

Konsumen lembaga dibedakan atas :

a. Konsumen Komersial

Lembaga yang membeli barang untuk dipergunakan lagi.

Contoh : toko barang makanan dan minuman yang membeli barang tersebut untuk dijual lagi pada masyarakat

b. Konsumen industri

Lembaga yang melakukan konsumsi untuk kepentingan industri

Contoh : Perusahaan mebel yang membeli kayu dan kemudian bahan baku lain kemudian diolah menjadi mebel yang diperdagangkan

c. Konsumen social.

Lembaga yang bersifat social yang melakukan konsumsi untuk kepentingan penghuninya

Setiap orang atau keluarga akan berkonsumsi berbagai barang yang merupakan kebutuhan primer maupun sekunder. Banyak dan sedikitnya barang dan jasa yang dikonsumsi tergantung pada penghasilannya.

Berdasarkan tingkatan penghasilannya konsumen dibedakan atas :

1. Kelompok konsumen berpenghasilan rendah mempunyai kekuatan daya beli yang rendah. Pada umumnya hanya dapat berkonsumsi barang kebutuhan pokok yang masih sangat sederhana

2. Kelompok Konsumen berpenghasilan menengah mempunyai kekuatan daya beli yang paspasan,. Kebutuhan primer dan sekunder sudah dapat dibeli walaupun belum

3. Kelompok konsumen berpenghasilan tinggi sudah dapat memenuhi apa yang diperlukan atau diinginkan baik kebutuhan primer maupun sekunder. Barang – barang mewah dengan mudah dapat dibeli

LATIHAN

1. Mengapa anda mempelajari pendidikan konsumen?
2. Mengapa banyak toko mengadakan discount?
3. Mengapa banyak produsen membuat produk untuk keperluan wanita
4. Mengapa pria tidak suka berbelanja?

BAB II

HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN

Pendidikan konsumen dititik beratkan pada peningkatan pengetahuan khususnya dalam masalah barang dan jasa yang diperjual belikan agar konsumen dapat berkonsumsi dengan tepat demi tercapainya kesejahteraan keluarga.

Diharapkan pula agar konsumen dapat:

1. Meningkatkan kesadaran akan hak-haknya sebagai konsumen.
2. Meningkatkan pengetahuannya mengenai barang dan jasa yang dipasarkan.
3. Membimbing agar menjadi konsumen baik dan teliti sebelum membeli sehingga tidak mudah ditipu dan dikecewakan (Yayasan Lembaga Konsumen, 1982).

A. Hak-hak Konsumen

Manusia dapat dikatakan seorang konsumen sebagai pemakai barang dan jasa. Seorang konsumen mempunyai hak-hak yang bertujuan untuk melindunginya dari hal-hal yang tidak diinginkan. Hak tersebut sudah merupakan kesepakatan yang melembaga secara internasional diakui. Hak-hak konsumen menurut YLK. (1982) adalah:

1. Hak untuk memilih (*right to choice*)

Konsumen bebas memilih pada waktu melakukan proses membeli barang an jasa. Hak ini hanya akan berarti, jika dalam pasaran bebas cukup tersedia informasi bagi konsumen untuk membedakan antara alternatif yang ada. Sehingga konsumen perlu memilihnya berdasarkan beberapa faktor antara lain faktor kebutuhan, selera dan keadaan uang. Setelah konsumen memilih dan menentukan yakni membeli atau menolak. Pemilihan brang dapat terjadi bila yang diperdagangkan itu banyak dan bermacam-macam.

2. Hak atas informasi (*right to information*).

Hak untuk memperoleh penjelasan tentang sesuatu hal yang berhubungan dengan barang yang akan dibeli. Dengan informasi tersebut dimaksudkan

data-data yang diperlukan untuk dapat mempergunakan hak pilihnya sehingga pembeli merasa puas.

3. Hak untuk didengar (*right to be heard*)

Konsumen berhak untuk dilayani dalam dialog dimana mereka dapat mengutarakan pendapat-pendapatnya, keluhan-keluhannya terutama mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kualitas barang yang diperdagangkan, kebutuhannya, keselamatan dan keamanan serta harga barang. Sehingga pembeli dapat turut serta dalam pengawasan mutu barang. Yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dan pihak produsen harus lebih berhati-hati dalam menjual barang-barang hasil produksinya dan menyadari pula bahwa pembeli sudah lebih teliti dalam menentukan pilihannya.

4. Hak atas keamanan dan keselamatan (*Right to savety*)

Dengan adanya hak ini dimaksudkan agar setiap konsumen haruslah aman dalam memakai atau menggunakan barang/jasa yang dibelinya. Konsumen berhak atas jaminan dalam pembelian, pemakaian barang dan jasa yang berarti mereka akan bebas dari bahaya yang mengancam kesehatan dan jiwanya.

5. Hak untuk memperoleh Lingkungan Hidup yang Baik dan Bersih (*Right to get goog environment*)

Hak ini dimaksudkan agar masyarakat konsumen mendapatkan lingkungan hidup yang baik, bebas dari berbagai bentuk pencemaran (*polusi*). Masyarakat konsumen dapat menyatakan keberatannya pada setiap permohonan yang akan mendirikan perusahaan yang dapat meminimalkan pada lingkungan hidup mayarakat tersebut. Misalnya, dapat menimbulkan bahaya, kerusakan pada susu mengganggu kesehatan karena *polusi*. Terpadunya kelima/Panca hak konsumen tersebut diatas terkandung arti bahwa konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen (*right to get education*) baik melalui pendidikan formal maupun pendidikan nonformal.

Dalam Consumers Association (1982) diungkapkan hak-hak konsumen yang telah diakui secara internasional sebagai berikut:

1. Hak memperoleh kebutuhan pokok
2. Hak atas keamanan atau keselamatan diri
3. Hak atas informasi yang jujur
4. Hak untuk memilih
5. Hak untuk didengar pendapatnya
6. Hak untuk mendapatkan ganti rugi
7. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen
8. Hak atas lingkungan yang sehat

B. Kewajiban Konsumen

Kalau seseorang mempunyai hak, iapun mempunyai kewajiban. Dalam hal ini *konsumen berkewajiban menyampaikan laporan atau keluhannya apabila ia merasa dirugikan oleh produsen atau penjual, kepada badan atau lembaga-lembaga yang berwenang* (YLK. 1982). Berdasarkan keluhan atau laporan itu akan diadakan penelitian terhadap barang tersebut. Bila ternyata laporan itu benar maka si produsen maupun si penjual dapat dikenai sanksi.

Di Indonesia kewajiban konsumen belum dijalankan dengan baik, karena belum dikuatkan dengan hokum atau peraturan-peraturan tertentu, yang mewajibkan konsumen untuk menyampaikan hal-hal yang merugikan kepada yang berwenang. Tetapi walaupun demikian hendaknya setiap konsumen menyadari akan kewajibannya untuk melaporkan hal-hal yang merugikannya kepada badan/lembaga yang berwenang sehingga dengan demikian ia dapat memberikan semacam perlindungan kepada konsumen yang lain.

Oleh YLK (1982) dirumuskan tanggung jawab konsumen sebagai berikut:

1. Kesadaran kritis
2. Bertindak kalau dirugikan
3. Kepedulian social
4. Kesadaran akan lingkungan hidup yang sehat
5. Setiakawan sesama konsumen

C. Penelitian Terhadap Barang-barang yang dibeli

Setelah mengetahui seorang konsumen itu mempunyai hak dan kewajiban maka ia harus sadar dan berhati-hati dalam melakukan pembelian. Dalam melakukan pembelian harus benar-benar mempunyai motivasi yang tepat dengan mempertimbangkan masalah-masalah mutu, harga, keselamatan dan kesehatan dirinya kebutuhan dan faktor-faktor yang lain. Karena motivasi yang tidak tepat akan menimbulkan kerugian-kerugian yang tidak diinginkan. Sebelum menentukan barang yang akan dibeli maka perlu penelitian terhadap barang-barang yang akan dibeli tersebut apakah masih dalam keadaan baik dan utuh misalnya saja labelnya atau kemasannya, cara penyajiannya, cara pengiklanannya, harganya dan jenisnya.

LATIHAN

1. Kapan Konsumen bias memperoleh haknya?
2. Mengapa kewajiban konsumen tidak dijalankan?
3. Apa perlunya meneliti barang yang dibeli?

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Kerugian Konsumen

Konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari sebagian besar didapatkan dengan jalan membeli. Dalam proses membeli sering kali dijumpai adanya kerugian-kerugian yang dialami konsumen. Mengapa kerugian konsumen bias terjadi? Menurut Consumers Association (1982), kerugian konsumen terjadi karena sebagai berikut:

1. Barang/jasa yang tidak memenuhi syarat.
 - Barang-barang yang beredar tidak memenuhi syarat, baik persyaratan mutu kesehatan dan lain-lain, sehingga keselamatan konsumen belum terjamin.
 - Demikian pula dalam masalah jasa. Misalnya jasa angkutan yang belum menjamin keselamatan konsumen
2. Kekurangan keterangan
 - Pada umumnya para konsumen kurang pengetahuannya mengenai mutu, harga dan jumlah barang dalam pasar lebih dinegara yang sedang berkembang, dimana belum terdapat standardisasi.
 - Dalam masalah jasa, misalnya belum ada standard tentang kontrak (misalnya tentang kontrak rumah). Berhubungan dengan banyaknya merek-merek barang dipasarkan maka kurang dipenuhinya hak untuk mendapatkan informasi.
3. Keterangan yang tidak digunakan.

Walaupun konsumen mempunyai pengetahuan yang serba lengkap mengenai mutu, jumlah dan harga barang maupun jasa dalam kenyataanya, pada umumnya dilakukan atas dasar emosi ataupun kebiasaan dan kurang pad motif rasional. Selama konsumsi dilakukan berdasarkan irasional maka keterangan yang dimiliki juga dikesampingkan.
4. Pengaruh iklan dalam menentukan pilihan konsumen

Sering kali iklan dapat menimbulkan kesalahan pada konsumen, lebih-lebih bagi yang kurang pengetahuannya. Banyak cara yang digunakan untuk menarik konsumen, antara lain:

- a. Penarikan emosional (emosional appeals).
- b. Mempertunjukkan hasil-hasil testing.
- c. Petunjuk pada perbedaan yang terdapat pada barang.

Beberapa trick (permainan dalam arti menjebak) produsen dengan jalan:

- a. Memberi discount / korting
 - b. Memberi hadiah
 - c. Dengan lotre
 - d. Menurunkan harga
 - e. Dengan iklan
 - f. Dengan membuat reklame yang menarik
 - g. Mengatur etalase
 - h. Mencantumkan harga yang tidak bulat
 - i. Membuat merek yang hamper sama
5. Masih banyak produk yang ditentukan sepihak.

Tanpa mendengar keinginan konsumen, lebih-lebih di Negara-negara yang pendapatan konsumennya masih rendah (Negara yang baru berkembang) , maka banyak produk ditentukan oleh pihak pengusaha atau produsen, dengan adanya kenyataan tersebut, konsumen masih banyak menderita kerugian, maka kepentingan mereka yang bersangkutan dengan hak-haknya perlu dilindungi sehingga timbulah gerakan-gerakan perlindungan konsumen.

B. Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah suatu usaha untuk melindungi konsumen dari produsen yang merugikan, usaha penipuan. Usaha perlindungan konsumen ini dirasakan perlu oleh para konsumen hamper seluruh Negara. Usaha ini dirasakan perlu untuk mengerahakan par konsumen di dalam suatu gerakan,

baik yang dilakukan oleh konsumen sendiri sebagai perorangan maupun oleh pengusaha/produsen dan juga oleh organisasi atau lembaga.

Bentuk perlindungan konsumen adalah:

- a. Gerakan konsumen perorangan
- b. Pihak pemerintah yang membantu konsumen
- c. Pengusaha/produsen yang member bantuan
- d. Gerakan konsumen dalam hubungan organisasi atau lembaga

a. Gerakan Konsumen Perorangan

Konsumen secara perorangan lambat laun memperoleh pengetahuan sebagaimana melakukan konsumsi yang baik melalui proses pengalaman yang diperoleh dalam praktek. Akan tetapi kadang-kadang konsumen memperoleh pengalaman berkonsumsi yang merugikan, sehingga mereka melakukan protes/pengaduan persoalannya kepada yang berwajib.

b. Pihak pemerintah yang membantu konsumen.

Negara-negara yang telah maju terdapat pula usaha yang telah dilakukan oleh pengusaha atau produsen dalam melindungi konsumen dari penipuan. Perlindungan antara lain berupa usaha produsen untuk melakukan pengawasan mutu produksinya, iklan tidak bersifat mengelabui, konsumen, akan tetapi member informasi dan tuntutan yang benar. Dengan usaha-usaha yang demikian pengusaha/produsen akan mendapat perhatian dari masyarakat sehingga timbul *patronage buying* yaitu pembelian yang tidak merugikan konsumen

c. Organisasi atau lembaga

Organisasi ini timbul dari konsumen, yang menggabungkan diri sebagai organisasi atau lembaga. Maksud dan tujuan melindungi konsumen dari penipuan para produsen dalam dan luar negeri. Sebagai pemakai barang, konsumen sewajarnya mendapat perlindungan. Organisasi konsumen di Indonesia disebut **Yayasan Lembaga Konsumen (YLK)**. YLK didirikan pada tanggal 11 Mei 1973 di Jakarta. Maksud dan tujuan yayasan ini

adalah memberikan bimbingan dan perlindungan kepada konsumen, menjaga martabat produsen dan membantu pemerintah.

LATIHAN

1. Apakah penyebab terjadinya kerugian konsumen?
2. Mengapa muncul gerakan perlindungan konsumen?

BAB IV

YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN (YLK)

Yayasan Lembaga Konsumen didirikan dengan akte notaries no. 26 tanggal 11 mei 1973, di Jakarta. Yayasan ini bertujuan memberikan bimbingan dan perlindungan kepada masyarakat konsumen menuju kepada kesejahteraan keluarga. Ketua YLK periode 1995 adalah Dra. Zumrotin.

A. Program Kerja YLK.

- 1) Memasyarakatkan gagasan perlindungan konsumen bagi dan oleh masyarakat konsumen, serta mendorong tumbuhnya gerakan-gerakan konsumen baru. Memasyarakatkan usaha-usaha perlindungan semua pihak dan masyarakat akan dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok atau club konsumen, kelompok diskusi atau panel diskusi para pengamat masalah konsumen serta kerja sama program dengan lembaga swadaya masyarakat yang secara tidak langsung telah mempunyai program yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan konsumen. Dengan demikian maka usaha perlindungan konsumen bukanlah monopoli YLK saja tetapi dengan semakin tambah dan berkembangnya kelompok-kelompok semacam, diharapkan tujuan perlindungannya bagi kepentingan konsumen secara luas dan merata semakin dipercepat.
- 2) Mengusulkan kepada pihak pemerintah untuk memasukan pertimbangan-pertimbangan terhadap kepentingan konsumen baik dalam penentuan kebijaksanaan pemerintah, pembuatan Undang-Undang dan peraturan maupun didalam penyusun standar komoditi dan harga barang dan jasa serta ketentuan lain terhadap pengaturan perdagangan, pemasaran dan promosi. Kegiatan memasukan pengertian atas hak-hak konsumen yang dilindungi undang-undang merupakan tujuan maksimal oleh sebab itu pengkajian dan pembahasan kembali RUU Perlindungan Hukum Konsumen yang telah diajukan pihak legislative beberapa tahun mendatang. Hal-hal lain yang merupakan kegiatan rutin YLK seperti pengujian komoditi akan diprioritaskan pada produk makanan, obat,

sandang, keperluan konsumen sehari-hari, serta sektor perdagangan jasa yang semakin berkembang. Pada kegiatan pengaduan akan ditingkatkan usaha penyebaran penerimaan pengaduan, melalui kampanye kesadaran konsumen, kerjasama dengan mas media, dalam rubruk keluhan konsumen dan organisasi bantuan hokum daerah dengan demikian diharapkan kelompok konsumen yang memanfaatkan jalur penanganan pengaduan YLK akan dating dari seluruh lapisan masyarakat. Meningkatkan penyadaran konsumen melalui perlindungan konsumen terutama untuk golongan menengah kebawah akan diusahakan sampai ke pelosok daerah dengan bantuan kerja sama LSM yang bergerak di daerah. Kegiatan pendidikan kosumen melalui jalur sekolah, saat ini sedang disusun model dan kegiatan terutama bagi kepentingan konsumen usia muda dan anak-anak. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan pengetahuan akan masalah-masalah konsumen sejak dini telah dapat ditanamkan pada murid-murid sekolah.

B. Kegiatan-kegiatan YLK

- Pendidikan, penyuluhan dan penerangan
- Penelitian dan survey
- Menangani keluhan dan pengaduan konsumen
- Memperluas perlindungan konsumen serta mengadakan pembinaan dan pendidikan konsumen kedaerah-daerah dengan membentuk perwakilan atau kelompok perlindungan konsumen
- Memperluas kerjasama dengan berbagai instansi pemerintah dan lembaga-lembaga yang mempunyai tujuan yang sama
- Mengadakan kerjasama ilmiah dengan lembaga-lembaga ilmu pengetahuan seperti LIPI, perguruan-perguruan tinggi dan lain-lain.
- Mengadakan pertemuan-pertemuan ilmiah dengan kerjasama berbagai Instansi seperti penyelenggaraan seminar, lokakarya, symposium dan sebagainya
- Memperluas hubungan kerjasama dengan organisasi konsumen diluar negeri

- Memperkuat dasar berdirinya organisasi konsumen dengan penyempurnaan organisasi, perhimpunan dan bantuan serta berusaha menghimpun tenaga ahli
- Meningkatkan pelayanan umum kepada konsumen agar tidak dirugikan karena praktek perdagangan yang tidak sehat dan berusaha menghimpun, memberikan bimbingan kepada pengusaha agar memberikan pelayanan kepada para konsumen dengan sebaik-baiknya.

Bagian Penerangan

Menyebarkan :

- arti, fungsi, maksud dan tujuan lembaga konsumen
- pengertian tentang hak-hak konsumen

Dengan menyelenggarakan :

- 1) Penerangan lisan: ceramah, wawancara, diskusi, pertemuan
- 2) Penerangan tertulis :
 - melalui penerbitan Warta Konsumen
 - pada harian, majalah (dengan siaran pers/artikel), selebaran, brosur dan laporan-laporan.
- 3) Penerangan melalui TVRI, RRI, Radio Swasta
- 4) Peragaan/pameran, pertunjukan slides, film.

Bagian Pendidikan

Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen melalui pendidikan formal dan nonformal agar dapat menjadi konsumen yang baik. Pendidikan konsumen dilakukan dengan : kursus, penataran, lokakarya, diskusi, latihan

Bagian Pengaduan

Menerima menampung, menyalurkan dan menyelesaikan semua keluhan atau pengaduan dari konsumen.

- Bidang pengaduan Lembaga Konsumen siap melayani pengaduan anda dengan cuma-cuma
- Bawalah barang bukti pengaduan dan tanda bukti (bon pembelian)

- Identitas pengadu akan dirahasiakan
- Bila diperlukan akan diadakan pengujian atau atas barang pengaduan
- Kasus pengaduan akan dijadikan bahan agar konsumen bertindak teliti , kritis dan menggunakan hak-haknya.

Hak-hak Konsumen yang telah diakui secara internasional :

- Hak atas keamanan dan keselamatan
- Hak atas informasi
- Hak untuk memilih
- Hak untuk didengar
- Hak untuk mendapatkan lingkungan yang bersih
- Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
- Hak untuk mendapatkan ganti rugi

C. YLK Dalam Dunia Internasional

1) Keanggotaan

Lembaga konsumen adalah anggota penuh IOCU (Internasional Organization of Consumers Union) Organisasi konsumen Internasional. IOCU dibentuk tahun 1960 oleh organisasi konsumen USA, UK, Australia, Belgia dan Belanda. Tidak berafiliasi dengan golongan apapun. Bekerjasama dengan badan-badan PBB, diwakili dalam ECOSOC, UNISCO, UNIDO. Non Politikal, non profit, non komersil. Bermarkas besar di Den Haag

2) Kegiatan-kegiatan Lembaga Konsumen

Kerjasama internasional dibidang:

- Pengujian bersama (joint testing)
- Pertukaran informasi mengenai metode pengujian, pendidikan dan perlindungan konsumen
- Menyebarkan penerbitan laporan-laporan pengujian anggota IOCU

- Menyelenggarakan seminar, lokakarya antara organisasi konsumen untuk meningkatkan kemampuan dibidang kegiatan organisasi masing-masing

a. Pengujian

- Terhadap barang bukti pengaduan
- Terhadap suatu barang yang diduga merugikan konsumen
- Pengujian perbandingan terhadap suatu produk dari berbagai merek

Pengujian meliputi :

- Komposisi bahan, gejala-gejala yang membahayakan akibat sampingan dan kualitas

Kegiatan lain bidang pengujian antara lain

- Bekerjasama dengan anggota IOCU lainnya
- Memberikan informasi berdasarkan hasil pengujian, kepada konsumen, produsen/pengusaha dan pemerintah
- * Dengan hasil pengujian diharapkan konsumen dapat memilih barang-barang yang baik
- * Hasil pengujian diharapkan dapat meningkatkan mutu barang-barang dan jasa

b. Survey

Melakukan survey dengan maksud untuk mendapatkan data-data yang dapat digunakan oleh lembaga konsumen dalam menjalankan tugasnya sebagai pengawas produksi dan jasa secara efisien

Kegiatan survey meliputi :

- 1) Survey langsung kemasyarakat terhadap masalah biasa terjadi misalnya masalah fasilitas taman bermain, pompa bensin dan lain-lain.
- 2) Mengadakan observasi terhadap barang-barang konsumen barang/jasa yang diperkirakan membahayakan konsumen
- 3) Peninjauan langsung ke pabrik-pabrik, ini diadakan untuk :

- Meningkatkan pengetahuan konsumen akan barang-barang
- Berdialog secara langsung dengan produser agar diperoleh data-data dan bahan yang lebih lengkap dan tepat
- Menyampaikan keluhan dari konsumen ke produser
- Mengumpulkan data dan bahan untuk pengujian yang akan dilakukan

LATIHAN

1. Menurut anda apakah YLK itu penting ?
2. Apa manfaat nyata yang anda alami dari adanya YLK?

BAB V

PENGADUAN

A. Cara Penyampaian Pengaduan

Setiap hari kita berperan sebagai konsumen barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seringkali kita merasa kecewa, tidak puas, bahkan kadang-kadang merasa tertipu atas apa yang kita konsumsi.

Bila anda merasa dirugikan seharusnya tidak mendinginkan saja persoalan atau putus asa. Anda dapat mengadukan kerugian yang dialami ke toko atau produsen barang / jasa yang bersangkutan.

Konsumen tidak usah ragu-ragu atau takut, untuk melakukan hal tersebut, karena sebenarnya konsumen mempunyai hak-hak yang harus dipenuhi oleh para produsen barang dan jasa.

Dengan mempergunakan hak-hak tersebut, dengan baik, secara langsung konsumen dapat melindungi dirinya sendiri, jika dengan jalan diatas tidak berhasil, konsumen dapat datang ke YLKI untuk mengadukan hal tersebut.

Bidang pengaduan di YLK adalah salah satu bagian dari struktur organisasi yang ada di YLK. Bidang ini mempunyai kegiatan menerima / menampung dan menyelesaikan keluhan atau ketidak puasan konsumen terhadap barang dan jasa yang diperoleh dan yang penting anda ketahui bahwa anda mengadu ke YLK tidak dipungut biaya dan identitas pengadu akan dirahasiakan.

Penyampaian pengaduan ke YLK bias disampaikan dengan berbagai cara mulai dari cara yang sederhana sampai dengan cara menggunakan sarana komunikasi yang sudah maju. Berbagai cara yang bias ditempuh dalam menyampaikan pengaduan antara lain :

- Langsung secara lisan
- Melalui surat
- Melalui telepon
- Melalui mass media

Setiap Pengaduan yang diterima YLK selalu diteliti dahulu kebenarannya. Dan bukan karena ingin menjatuhkan sesuatu perusahaan atau ingin memperoleh keuntungan dan atau mempunyai itikad yang tidak baik.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mengadu adalah:

- Yakini kesalahan dan kekurangan dari apa yang akan diadukan
- Ceritakan secara tepat dan sistematis apa yang akan diadukan
- Janganlah mencoba mengada-ada atau membesarkan permasalahan dari yang sebenarnya
- Bersikap jujur, sopan, tetapi tegas dan jangan terbawa emosi.

Untuk menunjang pengaduan perlu pula konsumen mempunyai pengetahuan yang berhubungan dengan barang yang diadukan serta jangan lupa menyertakan data-data yang lengkap, misalnya nama dan alamat lengkap pengadu, tanggal kejadian, tempat kejadian, alamat tempat pembeli. Bon pembelian beserta barang bukti pengaduan harus disertakan karena kedua hal ini merupakan bukti otentik.

B. Jenis-jenis Barang/jasa yang diadukan

Dari pengalamankerja selama ini ada berbagai ragam pengaduan yang diterima oleh YLK mulai dari kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan minuman sampai barang-barang yang bersifat sekunder seperti mobil, televise, perumahan dan lain-lain.

Untuk memudahkan penyelesaian pengaduan tersebut dapat digolongkan menjadi:

- a. Makanan dan minuman
- b. Pakaian
- c. Obat dan kosmetik
- d. Tembakau
- e. Jasa : Pos, Paket, Telpon, PLN, PAM, Angkutan, ASuransi, Iklan dan undian
- f. Alat Rumah Tangga
- g. Energi pelumas/oli-bensin, gas

- h. Perumahan dan lingkungan hidup
- i. Elektronik
- j. Kendaraan bermotor/suku cadang
- k. Bahan bangunan
- l. Lain-lain

C. Penyelesaian pengaduan

Setelah pengaduan diyakini kebenarannya, maka pengaduan tersebut siap untuk diselesaikan. Berbagai cara bias ditempuh tergantung jenis dan sifat pengaduan. Adapun cara-cara penyelesaian pengaduan antara lain :

- a. Diselesaikan dengan cara memberikan penjelasan kepada pengadu
- b. Diselesaikan dengan cara menghubungi toko, penjual produsen
- c. Diselesaikan dengan cara penelitian laboratorium
- d. Diselesaikan dengan cara menghubungi instansi yang berwenang
- e. Diselesaikan dengan cara ke pengadilan

Cara terakhir ini baru ditempuh setelah cara-cara lain tidak dapat menyelesaikan (lihat gambar). Kasus yang pernah ke pengadilan adalah kasus jasa asuransi dan pembelian alat rumah tangga.

Setiap pengaduan yang berhasil diselesaikan, diusahakan untuk mendapat ganti rugi berupa uang atau barang sebesar kerugian yang wajar. Namun dibalik penggantian tersebut yang lebih penting bagi YLK dan perlu dipahami oleh pengadu adalah sama baik disengaja maupun tidak, atau dapat juga permintaan penarikan kembali barang-barang yang telah kadaluarsa

D. Keuntungan Suatu pengaduan

- a. Bagi konsumen :
 - Mungkin dapat memperoleh ganti rugi atas kerugian yang dideritanya
 - Melindungi konsumen lain agar tidak mengalami hal yang sama, karena satu orang mengadu beribu-ribu konsumen akan tertolong
- b. Bagi pengusaha
 - Pengaduan dapat dijadikan titik tolak untuk perbaikan mutu produksi/jasa dan memperbaiki kekurangan-kekurangan lain yang ada
 - Sering merupakan sumber informal adanya suatu produk

c. Bagi pemerintah

- Lebih memudahkan pengawasan/control terhadap barang/jasa yang beredar di pasaran

E. Hambatan-hambatan pengaduan

Kurangnya sarana yang dimiliki oleh YLK mengakibatkan sulitnya ruang gerak untuk menyelesaikan suatu kasus, dan hambatan-hambatan lain bias kita jumpai antara lain :

- a. Dari konsumen, kebiasaan konsumen untuk nrimo, masa bodoh dan segan untuk menuntut haknya akan menyulitkan suatu kasus. Sebagai contoh: kebiasaan konsumen yang tidak pernah protes tentang timbangan yang tepat, skhirnya dianggap wajar oleh pedagang, sehingga bila ada konsumen yang mempermasalahkan, maka pedagang akan berdalih macam-macam.
- b. Dari pengusaha, masih banyak pengusaha yang kurang bonafid, tidak bertanggung jawab, menganggap remeh suatu pengaduan dan penilaian negative terhadap suatu pengaduan, mengakibatkan tidak bersedia menanggapi sehingga akan menghambat penyelesaian suatu kasus. Perlu disadari oleh pengusaha bahwa tidak semua pengaduan sifatnya negatif, tetapi banyak pula pengaduan yang positif sehingga dapat dijadikan koreksi terhadap kekurangan-kekurangan yang selama ini ada diperusahaan
- c. Dari instansi pemerintah, kurang tegas mengambil tindakan terhadap pedagang/pengusaha yang jelas-jelas melanggar suatu peraturan pemerintah atau jelas-jelas merugikan konsumen, akan menghambat penyelesaian suatu kasus. Namun makin dikenalkannya YLK oleh konsumen, pengusaha dan instansi pemerintah, maka semua pihak akan menyadari fungsi ylk sehingga akan dapat mempermudah usaha-usaha perlindungan konsumen.

Diagram 1. Prosedur penerimaan dan penyelesaian pengaduan yang diajukan YLK :

<p>I. PENGADUAN</p> <p>II. Lembaga Konsumen</p> <p>1. Meneliti kebenaran dan dasar pengaduan</p> <p>2. menggolongkan jenis pengaduan</p> <p>3. diselesaikan dengan</p>	<p>III.</p> <p>a. penyelesaian kepada pengadu menyangkut kebenaran atau nerdasarkan pengaduan</p> <p>b1. Meminta tanggapan pe</p>	
--	---	--

LATIHAN

1. Menurut anda apa untungnya melakukan pengaduan?

BAB VI

KEMASAN, LABEL DAN BARANG PALSU

A. Kemasan

Kemasan atau pembungkusan dimaksudkan agar barang yang dikemas menjadi teratur dan rapi. Kemasan ini merupakan suatu media yang baik untuk melakukan promosi. Barang perlu dikemas dengan alasan-alasan sebagai berikut :

1. Membantu mengurangi terjadinya kerusakan akibat kontaminasi
2. Melindungi isinya dari kotoran, debu, serangga sehingga tidak lekas membusuk
3. Memudahkan barang disimpan, dihitung atau diatur bila dijual
4. Bentuk dan corak serta warna sering menarik konsumen untuk membelinya
5. Dengan kemasan yang menarik akan menimbulkan pembelian tanpa direncanakan (*impulsed buying*)

Pemilihan bahan kemasan yang menarik harus diperhatikan terutama bila yang dikemas berupa makanan yang muda sekali terpengaruh oleh perubahan suhu, jangan sampai pemilihan kemasan yang salah mengakibatkan kualitas barang yang dikemas menurun. Untuk itu harus memperhatikan persyaratan sebagai berikut:

- a. Dipilih dari bahan
- b. Dipilih dari bahan yang tidak mudah terpengaruh udara.
- c. Dipilih dari bahan tidak merubah warna, rasa dan isi.
- d. Dipilih dari bahan tidak bereaksi dengan barang tersebut.
- e. Dipilih dari bahan yang tidak mudah bocor dan tahan panas.
- f. Tidak menghisap air dan lemak
- g. Tahan benturan dan tekanan yang mungkin terjadi waktu pengangkutan.

Menurut Winarno, F.G. (1980) kemasan dibedakan menjadi :

(1).Kemasan Utama

Adalah kemasan yang langsung berhubungan dengan bahan

(2).Kemasan Kedua

Adalah kemasan yang tidak langsung berhubungan dengan bahan makanan. Kemasan kedua ini tidak langsung berhubungan dengan bahan makanan karena isi sudah dibungkus dengan kemasan utama.

Kemasan utama sering menimbulkan masalah bagi konsumen, antara lain:

- (1) Dalam masalah harga sering dijumpai barang yang wadahnya bagus dan barang yang dikemas dalam bahan yang harganya tinggi biasanya konsumen harus membayar lebih mahal dari pada isinya. Karena harga kemasan itu diperhitungkan untuk menentukan harga jual.

Misalnya: - permen, biskuit

- sabun, minyak wangi
- alat-alat kosmetik

(2) Masalah pencemaran lingkungan

Kemasan yang tidak ekonomis pemakaiannya (bahan dipergunakan sekali) dan sukar dalam pembuangan atau pemusnahannya menimbulkan masalah sendiri yaitu pembuangan sampah.

Misalnya kaleng, botol, plastik yang mana tidak dapat hancur dalam waktu 10 tahun

Macam-macam kemasan :

- (1) Karung. Karung terbuat dari kain blacu, goni atau plastik
- (2) Kertas kaca, kertas yang dilapisi lilin
- (3) Karton
- (4) Peti dari kayu
- (5) Plastik ada dua yaitu plastik selop dan plastik bening. Sifat plastik tidak tahan panas, mudah terjadi pengembunan uap air didalamnya, bila suhu diturunkan, udara dapat masuk dalam bungkus melalui pori-pori plastik
- (6) Edible film
Bahan ini untuk melapisi makanan, yang mana lapisannya tersebut dapat dimakan. Bahan pelapis ini dibuat dari gelatin atau gum arab yang

melapisinya dengan cara disemprot. Lapisan ini melindungi makanan terhadap penguapan atau reaksi dengan makanan lain, misalnya : permen, sosis, susu

(7) Kaleng

Dibuat dari baja yang tipis dan dilapisi dengan timah putih. Timah tidak cepat berkarat bila kontak dengan makanan

(8) Gelas/botol

Sifat gelas tidak bereaksi, mudah pecah bila kena benturan dan panas yang mendadak. Dipergunakan untuk makanan yang mengandung asam, misalnya, sari buah, acar, jelli, jam dan sebagainya.

B. Label

Label merupakan keterangan yang melengkapi suatu kemasan barang yang berisi tentang bahan-bahan yang digunakan untuk membuat barang tersebut, cara penggunaan, efek sampingan dan sebagainya. Bentuk label dalam kemasan bisa berupa:

1. Tanda dengan tulisan
2. Gambar pada kemasan makanan, minuman dan barang yang lain
3. Brosur atau selebaran yang dimasukkan kedalam wadah atau pembungkus, misalnya obat-obatan.

Fungsi label adalah sebagai berikut :

1. Merupakan salah satu bentuk perlindungan pemerintah kepada para konsumen yang baru. Yang berupa pelaksanaan tertib suatu undang-undang bahan makanan dan minuman atau obat. Dalam hal ini pemerintah mewajibkan produsen untuk melekatkan label/etiket pada hasil produksinya sesuai dengan peraturan yang tercantum dalam undang-undang bahan makanan
2. Dengan melekatkan label sesuai dengan peraturan berarti produsen memberikan keterangan yang diperlukan oleh para konsumen agar dapat memilih membeli serta meneliti secara bijaksana

3. merupakan jaminan bahwa barang yang telah dipilih tidak berbahaya bila digunakan, untuk mengatasi hal ini maka para konsumen membiasakan diri untuk membaca label lebih dahulu sebelum membelinya
4. bagi produsen label dipergunakan untuk alat promosi dan pengenalan terhadap barang tersebut.

Dengan demikian para konsumen membiasakan diri untuk membaca label tersebut karena dengan membaca label akan diketahui isi bungkusan/wadah barang tersebut. Hampir semua makanan jadi yang dijual berada dalam kemasan sehingga konsumen tidak dapat memeriksa apa dan bagaimana keadaan isinya waktu membeli.

Hal-hal yang perlu dicantumkan pada label :

1. Nama barang
2. Merk dagang
3. Nomor kode pendaftaran/register
4. Nomor kode produksi
5. Berat Bersih isi wadah
6. Komposisi hendaknya nama dari setiap komponen disebutkan dalam urutan yang tepat menurut beratnya masing-masing
7. kepekaan dan sifat bahan makanan
8. alamat lengkap produsen dan penyalur
9. Dalam hal tertentu perlu dicantumkan cara pemakaiannya
10. Tanggal kadaluarsa perlu dicantumkan
11. Peringatan terhadap akibat sampingnya
12. Cara penyimpanan dan pemeliharanya
13. Barang-barang yang mahal perlu diberi manual
14. Peringatan (awas bahaya, obat keras dan sebagainya)

C. Barang Palsu

Untuk melihat suatu barang itu asli atau palsu, dapat dengan melihat merk dagang, karena merek mempunyai hak paten. Hal yang harus dilakukan oleh produsen jika mengeahui barang produksinya dipalsu adalah:

1. Segera memasang iklan di surat kabar tentang pemalsuan tersebut. Hal ini berarti atau melindungi konsumen
2. Mengajukan ke pengadilan

Tindakan yang harus dilakukan oleh konsumen tentang adanya pemalsuan adalah meneliti dengan seksama. Barang palsu mempunyai tanda-tanda yang kadang-kadang nampak oleh mata atau sama sekali tak terlihat jika tanpa diadakan pengujian laboratorium.

Tanda-tanda barang palsu antara lain:

- 1). Harga jauh lebih murah
- 2). Merek dibuat dari cetakan yang kurang jelas.
- 3). Warna tidak baik
- 4). Ejaan kurang sempurna
- 5). Alamat produksi tidak jelas
- 6). Nomor kode dan nomor pendaftaran barang tidak ada.
- 7). Label ada barang berbeda dan sebagainya.

Untuk menghindari diperolwhnya barang palsu maka seseorang konsumen perlu mengerti cirri-ciri barang yang baik, untuk itu perlu mempelajari ilmu pengetahuan barang, baik itu barang makanan, barang pakaian maupun barang rumah tangga.

LATIHAN

1. Mengapa kemasan dan label perlu diperhatikan dalam pembelian?
2. Apakah ada label yang menyesatkan?
3. Apa pentingnya konsumen mengetahui tanda-tanda barang palsu ?

BAB VII

PERILAKU KONSUMEN

A. Pengertian

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan (Mangkunegara, A.A.A., 1988).

James Engel, David Kollet dan Roger Blackwell *dalam* Cohen, D. (1981) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai semua aktifitas individu dalam memperoleh dan menggunakan komoditi.

Menurut London dan Della Bitta (1984) perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu tentang menilai, memperoleh dan menggunakan komoditi barang dan jasa.

Berdasarkan tiga pengertian tersebut di atas, maka untuk bahasan selanjutnya perilaku konsumen diartikan sebagai proses pengambilan keputusan dalam menilai, membeli dan menggunakan barang dan jasa.

B. Model Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan

Perilaku konsumendi pasar merupakan gabungan dari perilaku-perilaku konsumen individu atau keluarga (Mousfield, E. *Dalam* Hardinsyah. 1990). Berarti perilaku konsumen di pasar mencerminkan perilaku-perilaku rumah tangga atau keluarga.

Bila seseorang ibu atau kepala keluarga telah membeli kebutuhan pangannya, berarti ia telah mempertimbangkan, memilih, dan membeli suatu paket komoditi pangan. Ia yakin bahwa pangan yang dibeli tersebut adalah baik untuk memenuhi kebutuhan pangan keluarganya, dan ia yakin bahwa apa yang dibelinya akan disukai oleh anggota keluarganya.

Kegiatan konsumen sebelum membeli komoditi adalah mengambil keputusan apa yang akan dibeli setelah mempertimbangkan berbagai pilihan.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang terdiri dari kegiatan merumuskan tujuan atau keinginan setelah menerima pengaruh, mempertimbangkan dan menetapkan pilihan barang dan jasa yang dibeli dan digunakan.

Berdasarkan pertimbangan dalam menilai berbagai alternative pilihan ada lima jenis pengambilan keputusan:

1. Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan teknis yang mengutamakan ketepatan dan kemudahan (*efektifitas*).
2. Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan ekonomis (*efisiensi*).
3. Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan gizi dan kesehatan.
4. Pengambilan keputusan berdasarkan pertimbangan sosial, budaya dan agama.
5. Pengambilan keputusan berdasarkan kombinasi pertimbangan-pertimbangan di atas (Hardiansyah dan Suhardjo, 1990).

Berdasarkan perilaku dalam proses pengambilan keputusan, menurut Davis dan Rigaux dalam Hardiansyah (1990) ada empat pola pengambilan keputusan dalam keluarga:

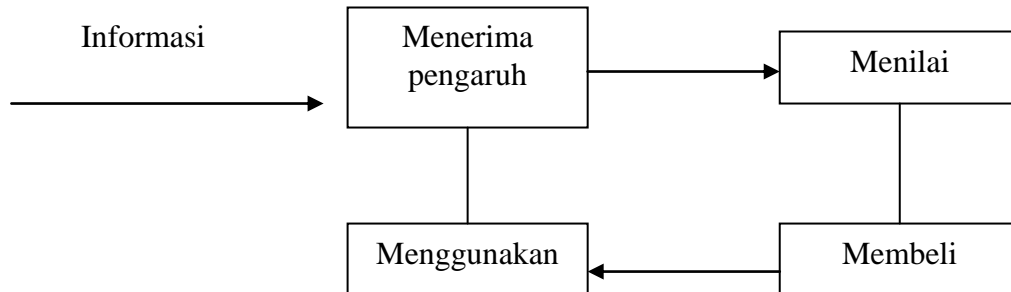
1. Pengambilan keputusan oleh istri yang dominan (*wife dominant*).
2. Pengambilan keputusan oleh suami yang dominan (*husband dominant*).
3. Pengambilan keputusan sepihak oleh istri atau suami (*autonomic*).
4. Pengambilan keputusan setara oleh suami dan istri (*syncratic*).

Dalam keluarga biasanya perilaku istri lebih dominant dalam pengambilan keputusan mengkonsumsi pangan, walaupun mungkin sebelumnya istri menanyakan dulu keinginan dan kebutuhan pangan suami dan anggota keluarganya.

Pengambilan keputusan oleh konsumen model Nicosia dibagi dalam empat tahap :

1. Tahap menerima pengaruh informasi.
2. Tahap mempertimbangkan atau menilai alternatif.
3. Tahap membeli
4. Tahap menggunakan

Diagram 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Model Nicosia



Sumber : Hardinsyah (1990)

Pengaruh yang diterima konsumen pangan biasanya berupa rasa tertarik, senang, ingin, rasa lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan pengaruh yang diterima konsumen busana antara lain rasa tertarik, senang, ingin memakai baju dan hal-hal lain yang diterima melalui iklan promosi, pengalaman masa lalu maupun pengaruh perilaku orang-orang terpandang di masyarakat.

Pada pangan pokok pengaruh rasa lapar dan perilaku orang-orang terpandang relative dominant. Sedangkan pada pangan produk industri seperti biskuit, susu, sarden, corned beef dan sebagainya, iklan dan promosi sangat dominant mempengaruhi konsumen. Pada busana pengaruh rasa estetika dan perilaku orang-orang terpandang juga relative dominant mempengaruhi konsumen.

Pada tahap menilai, pengaruh yang diterima konsumen berakumulasi dengan sikap (pikiran, perasaan dan kepercayaan) konsumen, yang mendorong konsumen untuk memberikan penilaian terhadap barang dan jasa yang akan dibeli. Kemudian konsumen menyusun alternatif-alternatif atau pilihan.

Dalam memilih alternatif yang terbaik, konsumen mempertimbangkan beberapa aspek seperti aspek teknis, aspek ekonomi, aspek gizi dan kesehatan, aspek social budaya dan agama atau kombinasi dari berbagai aspek tersebut.

Pada tahap memilih kadang-kadang konsumen mengalami konflik karena ada beberapa pilihan sedangkan uang yang dimiliki terbatas

Tahap membeli terjadi setelah konsumen memilih yang terbaik menurutnya kemudian terjadi transaksi pada tingkat harga tertentu. Harga yang terbentuk masih pada tahap menilai. Keputusan yang perlu diambil oleh konsumen adalah membeli dalam jumlah sedikit atau dalam jumlah banyak bila uang tersedia.

Jika membeli barang dalam jumlah banyak biasanya akan memperoleh harga yang relative murah dan mendapat pelayanan khusus, yang merupakan bagian dari pertimbangan ekonomis dan teknis dalam pengambilan keputusan. Pada tahap ini berlangsung cepat, karena tidak banyak lagi alternatif yang perlu dipertimbangkan.

Pada tahap menilai dan membeli konsumen telah memikirkan bagaimana cara menggunakan barang yang akan dibeli. Pada tahap menggunakan, menjelaskan umpan balik atau reaksi konsumen pada saat dan setelah menggunakan barang terhadap perilaku konsumen pada proses pengambilan keputusan selanjutnya.

Reaksi konsumen terhadap pangan yang dikonsumsinya dapat berupa menerima, dan senang, terpaksa menerima atau menolak.

C. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN

Ada dua faktor yang dominant menurut Mangkunegara, A.A.A.(1988) yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu :

1. Kekuatan Sosial Budaya

Terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok panutan dan keluarga

2. Kekuatan Psikologis

Terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap dan keyakinan, gambaran diri (self-concept)

LATIHAN

1. Jelaskan mengapa ibu lebih dominant dalam pengambilan keputusan tentang pangan?
2. Menurut anda apa untungnya pengambilan keputusan setara antara suami dan istri ?

BAB VIII

STANDARDISASI INDUSTRI INDONESIA

A. Standardisasi Barang

Standardisasi adalah proses penyusunan dan penerapan aturan-aturan dalam pendekatan secara teratur bagi kegiatan tertentu untuk kemanfaatan dan dengan kerja sama dari semua pihak yang berkepentingan. Khususnya untuk meningkatkan penghematan-penghematan menyeluruh secara optimum, dengan memperhatikan kondisi fungsional dan persyaratan keamanan.

Sedangkan yang dimaksud dengan standar adalah suatu hasil dari usaha standardisasi yang disahkan oleh yang berwenang dan dapat berbentuk :

1. Dokumen yang mengandung persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi
2. satuan dasar atau konstanta fisis
3. benda pembanding

Dengan demikian yang dimaksud dengan Standar Industri Indonesia (SII) adalah :

1. Standar mengenai mutu produksi, cara pengujianya dan proses produksinya
2. Standar yang telah dikonsensuskan secara nasional dan di sahkan Menteri Perindustrian
3. Standar merupakan perbandingan atau ukuran dari pada nilai kualitatif dan kuantitatif bagi suatu barang
4. Aspek-aspek standadisasi meliputi penyusunan standar mempromosi penggunaan standar yang telah ditetapkan

Program standardisasi mutlak diperlukan guna menunjang pertumbuhan industri seperti yang dikehendaki, tetapi dengan tetap memperhatikan perlindungan terhadap konsumen. Sebagaimana halnya masyarakat memerlukan norma dan hokum dalam suatu sistem media, maka secara ekonomi kita memerlukan standar untuk ketertibanya dan kemajuanya dalam usaha, seperti peningkatan produksi, perdagangan dan pemanfaatan barang dan jasa dan perlindungan bagi kehidupan

Standardisasi mempunyai arti yang penting karena:

1. Makin beraneka ragamnya hasil produksi, baik mengenai ukuran, jenis maupun mutunya. Dan untuk menjamin konsumen memperoleh barang-barang sesuai dengan kebutuhan.
2. Makin banyak jumlah perusahaan baik yang besar, sedang maupun yang kecil sehingga persaingan merebut pasaran makin ketat. Agar supaya persaingan tersebut berlangsung dengan sehat maka akan saling menunjang dalam pertumbuhannya maka diperlukan adanya usaha-usaha standardisasi.
3. Makin banyak barang-barang yang akan diekspor makin perlu adanya jaminan mutu dan spesifikasi melalui standardisasi.

B. Manfaat Standardisasi

Manfaat yang dapat diperoleh dari standardisasi dalam perekonomian di Indonesia adalah:

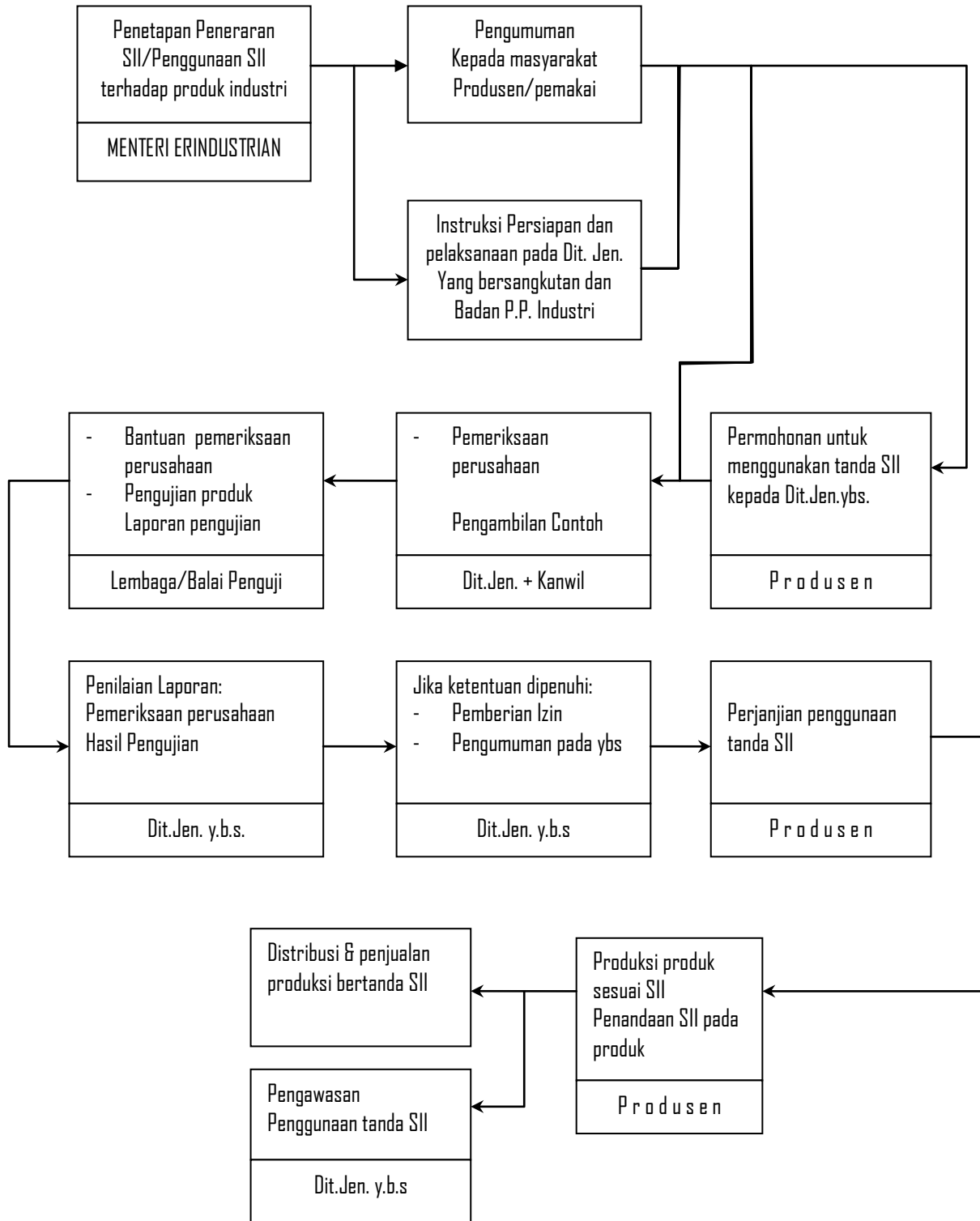
1. Untuk produksi
 - a. Produksi yang berencana sejak bahan baku sampai hasil akhir
 - b. Mengurangi limbah
 - c. Meningkatkan hasil produksi
 - d. Menyederhanakan pengendalian stok
 - e. Meningkatkan metode produksi
 - f. Menekan biaya harga
2. Untuk Pembelian dan Pesanan Konsumen:
 - a. Menjamin mutu, keandalan, keselamatan dan kemungkinan dipertukarkan
 - b. Adanya data teknis yang sebelumnya tidak diketahui
 - c. Perbandingan mutu barang
 - d. Perbandingan harga pada mutu yang sama
 - e. Penyederhanaan pesanan
 - f. Mempercepat pengepakan

Dengan kata lain agar pemakai atau konsumen mengetahui persis spesifikasi atau mutu dari barang yang diperolehnya sehingga sesuai dengan keinginan atau kegunaan barang tersebut.

3. Untuk Ekonomi Nasional:

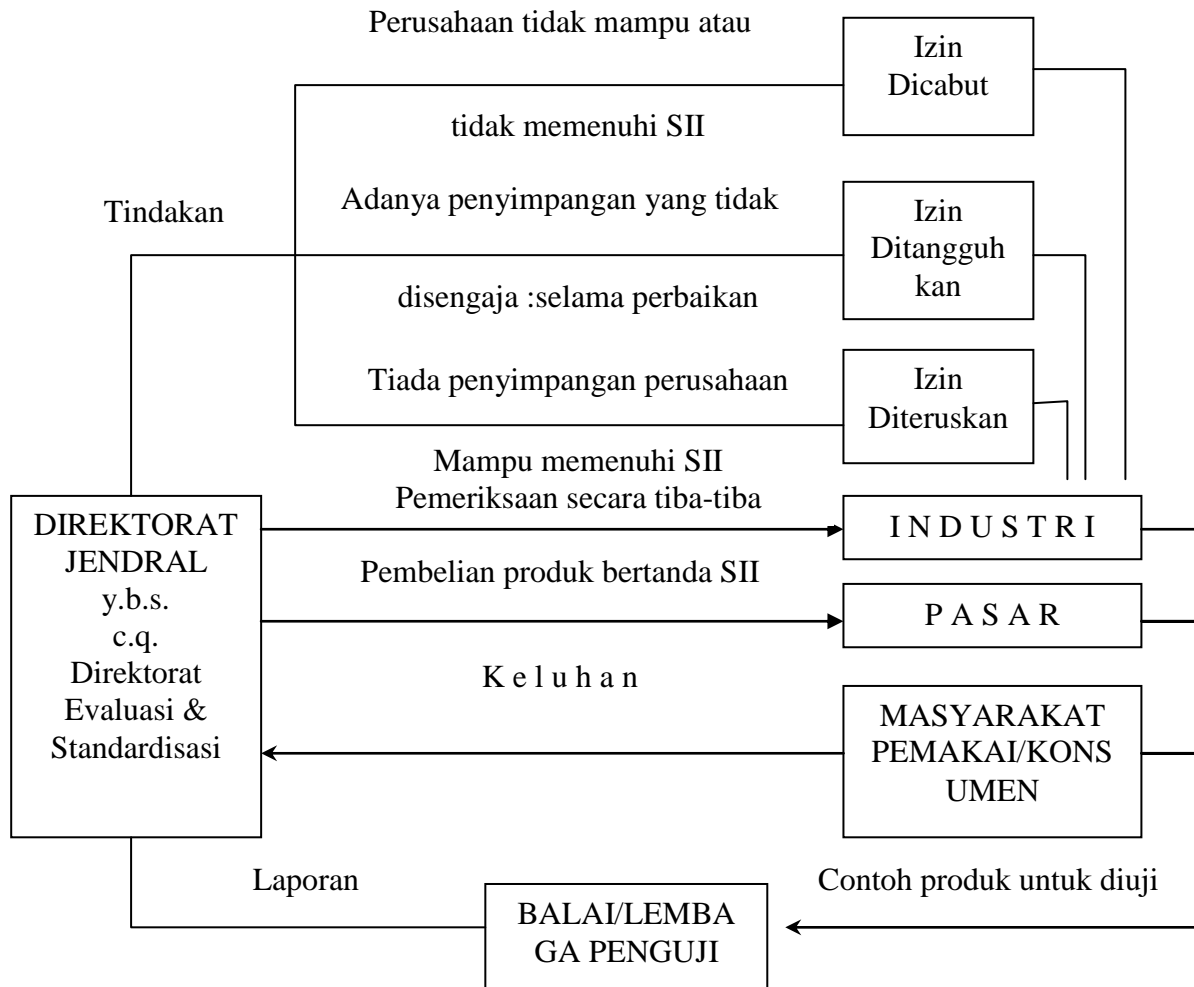
- a. Meningkatkan produksi nasional khususnya dalam jumlah dan mutu yang dapat diandalkan.
- b. Menghindari kesalahpahaman dan sengketa dalam kontrak dan pesanan
- c. Menekan biaya produksi dan distribusi
- d. Merupakan pedoman dalam pelaksanaan usaha industri secara nasional
- e. Memperkuat daya saing dalam pasaran internasional.

DIAGRAM 3. PROSEDUR PENGGUNAAN TANDA SII



Catatan : *) Langkah ini tidak diadakan apabila penggunaan tanda SII merupakan kewajiban

DIAGRAM 4. SISTEM PENGAWASAN PENGGUNAAN TANDA SII



LATIHAN

1. Apakah pentingnya SII bagi konsumen?
2. Apa pula pentingnya SII bagi produsen?

BAB IX METROLOGI

A. Metrologi

Untuk merebut pasaran dan menjaga kelancaran dan arus penyauran barang yang sehat dari dalam keluar negeri dan sebaliknya maupun di dalam negeri sendiri, diperlukan suatu alat sarana pembantu yang amat penting yang dipergunakan untuk menentukan jumlah, berat, volume, ukuran dan lain sebagainya yang dikenal dengan alat Ukuran Timbangan Takaran dan Perlengkapannya (UTTP).

UTTP diatur dengan metrology legal yaitu: Metrologi dari kata bahasa latin *metrum* yang berarti ilmu pengetahuantentang ukur mengukur secara luas yang mengelola satuan-satuan ukuran secara luas yang mengelola satuan-satuan ukuran, metode-metode pengukuran dan alat-alat ukur yang menyangkut persyaratan teknik dan peraturan yang berdasarkan undang-undang yang bertujuan melindungi kepentingan umm dalam hal kebenaran pengukuran.

Indonesia adalah salah satu Negara yang menganut system metric sejak tahun 1923 dan juga anggota Konvensi Mater sejak tahun 1960, dimana Konperensi Umum untuk ukuran Internasional tersebut.

Di dalam undang-undang Tera 1949, hanya mengenal 2 satuan dasar yaitu satuan dasar besar panjang adalah meter dan satuan dasar besaran massa yaitu kilogram.

Undang-undang No. 2 tahun 1981 tentang metrology legal ditentukan/satuan dasar yang dikenal dengan nama Sistem Internasional atau S.I yaitu:

1. Satun dasar besaran panjang adalah meter, dengan lambing m.
2. Satuan dasar besaran massa adalah kilogram, dengan lambing kg.
3. Satuan dasar besaran waktu adalah sekon, dengan lambing besaran S.
4. Satuan dasar besaran arus listrik adalah Ampere, dengan lambing A.
5. Satuan dasar besaran suhu termodinamika adalah Kelvin dengan lambing K,
6. Satuan dasar besaran kuat cahaya adalah candela, dengan lambing cd.
7. Satuan dasar besaran kuantitas zat adalah mole, dengan lambing mol.

Dalam lambing metrology sesuai dengan Undang-undang No. 2 tahun 1981 tentang alat-alat ukur, takat, timbangan dan perlengkapan perlu adanya:

1. Wajib ditera dan ditera ulang
2. Dibebeaskan dari tera atau tera ulang atau kedua-duanya.
3. Syarat-syarat yang harus dipenuhi
4. Biaya tera dan tera ulang

Sedangkan dengan keputusan Menteri diatur :

1. Pengujian dan pemeriksaanya
2. Jangka waktu dilakukan tera dan tera ulang
3. Tempat-tempat tera dan tera ulang jenis-jenis tertentu
4. Pengrusakan alat ukur, takar timbang dan perlengkapanya yang dinyatakan batal dan tidak mungkin lagi diperbaiki
5. Membuat dan memperbaiki alat-alat ukur, takar, timbangan dan perlengkapanya
6. Impor alat-alat ukur, takar, timbang dan perlengkapanya

Pada umumnya alat ukur, takar, timbang dan perlengkapannya dapat dibagi :

1. Wajib tera dan tera ulang :

Missal : timbangan meja, dacin, timbangan sentisimal (bascule), timbangan emas, timbangan obat, beserta anak timbanganya, takaran dan literan, pompa bensin, mobil tangki pengangkut bahan bakar dan sebagainya.

2. Wajib tera dan bebas tera ulang :

Yaitu : alat-alat ukur, takar, timbang dan perlengkapannya, yang betul-betul terletak di laboratorium, balai penelitian, ruang kantor, ruang bengkel, gudang penimbunan dan sebagainya. Dan sepanjang hasil penimbangan pengukurannya tidak menentukan kontrole kejujuran pekerja yang mengikat, tidak mengusik hak dan tanggung jawab pihak lain serta tidak dipakai guna keperluan perniagaan menentukan upah dan sebagainya, untuk itu perlu adanya surat izin khusus yaitu surat izin bebas tera ulang.

3. Bebas tera dan tera ulang

Yaitu: alat-alat ukur, takar, timbangan dan perlengkapannya yang digunakan untuk keperluan rumah tangga:

- a. Alat-alat untuk menggambar
- b. Alat-alat untuk keperluan teknik
- c. Gelas-gelas takar untuk rumah tangga
- d. Timbangan surat bersahaja
- e. Alat-alat ukur laboratorium

Pengaturan pembuatan dan perbaikan (reparasi) alat ukur, takaran, timbangan dan perlengkapannya diharuskan adanya perijinan dari pemerintah. Maksud dan tujuannya ialah agar pembuatan dan perbaikan alat ukur, takar, timbangan dan perlengkapannya itu, dilakukan oleh orang yang memiliki keterampilan yang profesinya memperluas dalam kesempatan kerja dan memudahkan pengawasan serta pembinaan dalam rangka perlindungan konsumen. Sedangkan alat-alat ukur, takar, timbangan dan perlengkapannya asal impor diawasi oleh pemerintah untuk melindungi industri alat takar, ukur timbangan dan perlengkapannya asal impor diawasi oleh pemerintah untuk melindungi industri alat takar, ukur timbangan dan perlengkapannya dalam negeri barang-barang impor tersebut memenuhi persyaratan peraturan perundang-undangan Metrologi yang berlaku.

B. Jenis-jenis tanda tera

a. Tanda Sah :

Dibutuhkan dan atau dipasang pada alat-alat ukur, takar, timbangan dan perlengkapannya yang disahkan pada waktu ditera ulang. Tanda sah ini berupa huruf di dalam persegi lima beraturan dan masa berlakunya 1 tahun 11 bulan. Misalnya : Tanda tera sah untuk tahun 1982 adalah dengan lambing huruf cetak "p" sesuai dengan surat keputusan Menteri Perdagangan dan Koperasi No. 598/Kp/XI/81 tanggal 21 November tahun 1981 tentang tanda tera tahun 1982.

b. Tanda Batal :

Dibubuhkan pada alat-alat ukur, takar, timbangan dan perlengkapan yang dibatalkan pada waktu ditera atau ditera ulang. Bentuknya berupa segi tiga sama sisi bergais-garis sejajar dibubuhkan dalam tiga ukuran yang tingginya masing-masing 6 mm, 4 mm, dan 2 mm.

c. Tanda Jaminan :

Dibubuhkan dan atau di pasang pada bagian-bagian tertentu dari alat-alat ukur, takar, timbangan dn perlengkapannya, yang sudah disyahkan untuk mencegah penukaran dan atau perubahan. Bentuknya berupa bunga teratai dengan daun bunga dalam lingkaran dibubuhkan dalam empat lingkaran masing-masing 8 mm, 5 mm, 4 mm, dan 2 mm.

d. Tanda Daerah berbentuk angka didalam ellips.

e. Tanda Pegawai :

Yang berhak berbentuk kode nama pegawai di dalam lingkaran tanda daerah dan tanda pegawai yang berhak diubuhkan apda alat-alat ukur, takar, timbangan dn perlengkapannya, agar dapat diketahui di mana dan oleh siapa peneraan dilakukan.

Contoh :

Didalam pasal 25 Undang-undang Metrologi Legal dilarang mempunyai, menaruh, memamerkan, memakai atau menyuruh memakai alat-alat ukur takar, timbang dan perlengkapannya yang :

- a. Bertanda tera batal
- b. Tidak bertanda tera sah yang berlaku
- c. Tanda teranya rusak
- d. Setelah direparasi atau diperbaiki tidak disyahkan oleh pegawai yang berhak.
- e. Mempunyai tanda khusus penunjukkan yang lebih besar dari pada ketentuan.
- f. Mempunyai tanda khusus sehingga memungkinkan mengukur menurut dasar dan sebutan non metrik.
- g. Untuk keperluan lain dari pada yang sudah ditentukan.

Yang diharuskan pada pasal 25 untuk memakai atau menaruh :

1. Alat ukur, takar timbang dan perlengkapannya dengan cara lain atau dalam kedudukan lain dari pada yang seharusnya.
2. Alat ukur takar, timbang dan pelengkapannya untuk mengukur, menakar, memakai atau menimbang melebihi kapasitas maksimumnya.
3. Alat ukur, takar timang dan perlengkapannya untuk mengukur, menakar, menimbang dan menentukan ukuran kurang dari pada batas terendah yang ditentukan berdasarkan keputusan Menteri.

C. Jenis timbangan berdasarkan atas sifat penggunaan pm6

1. Timbangan kasar : cirinya penunjukkan menggunakan pegas/per.
Contoh: timbangan pegas pegadaian, timbangan paket di kantor pos.
2. Timbangan biasa : timbangan yang bias digunakan untuk berdagang.
Contoh: Timbangan meja, dacin, timbangan cepat, timbangan jembatan.
3. Timbangan halus.
 - a. Timbangan emas : cirinya punya lemping segi empat dengan tulisan “timbangan emas” yang diikatkan pada bagian tetap dari timbangan tersebut.
 - b. Timbangan obat : cirinya punya lemping berbentuk oval (elip) dengan tulisan “timbangan halus” untuk menimbang obat yang diikatkan pada bagian tetap dari timbangan tersebut.
 - c. Timbangan analitis : digunakan untuk laboratorium.

D. Jenis anak timbangan

- a. Anak timbangan biasa :
Punya satu cap tera sah pada tiap-tiap tahun. Masanya (beratnya mulai 1 gr sampai 25 kg)
- b. Anak timbangan emas :
Punya dua cap tera sah paa permulannya untuk melanjutkan satu cap tera sah tiap-tiap tahun
- c. Anak timbangan obat:

Cap tera sah tidak dibubuhkan pada anak timbangan obat, akan tetapi diganti dengan keterangan tertulis yang diberi cap tera di atas lak.

d. Anak timbangan milligram :

Anak timbangan ini dibuat dari lemping aluminium, beratnya mulai 1000 mg sampai dengan 1 mg. pada pengesahan anak timbangan ini dimasukkan dalam sampul, dan dibubuhi tanda tera diatas lak pada sampul tersebut.

Ukuran panjang

Untuk ukuran panjang dipakai meteran tongkat. Misalnya : dalam pembelian bahan pakaian.

Takaran

Yang biasa digunakan adalah Liter

Terbagi menjadi :

1) Takaran Kering

Untuk mengukur bahan-bahan padat dan kering seperti beras

2) Takaran basah

Untuk mengukur bahan-bahan cair seperti minyak goreng atau minyak tanah, olie dan lain-lain

Timbangan

Semua alat yang digunakan untuk mengukur berat suatu benda.

Jenis-jenis timbangan yang biasa digunakan :

Dacin:

Biasa digunakan pedagang di pasar untuk menimbang bahan-bahan makanan (tomat, kentang dan lain-lain)

Timbangan Bebek/Kodok:

Biasanya digunakan pedagang bahan makanan seperti pedagang telur, kacang, dan lain-lain.

Neraca Cepat:

Biasanya digunakan ditoko-toko penjual makanan

Neraca Halus :

Biasa digunakan di toko-toko emas dan apotik-apotik.

Timbangan Kasar:

Biasa digunakan para pedagang beras atau ditempat-tempat pengiriman barang.

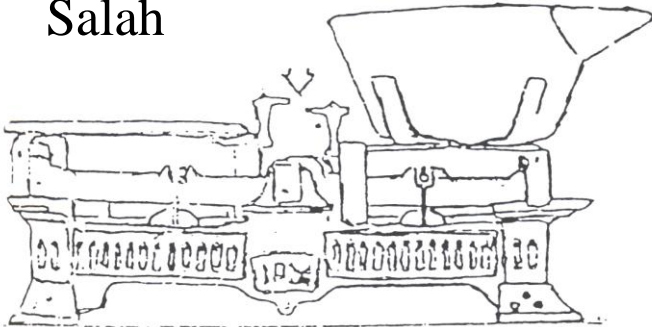
Semua alat-alat ukuran takaran, timbangan yang digunakan dalam transaksi perdagangan mendapat perlindungan secara hokum atau legal yang dilaksanakan oleh Direktorat Metrologi. Departemen Perdagangan dan Koperasi. Dengan cara mengadakan TERA dan TERA ULANG.

LATIHAN

1. Apa perlunya seorang konsumen mengetahui metrology ?
2. Perhatikan penggunaan UTTP dilingkungan anda, apakah sudah benar ?

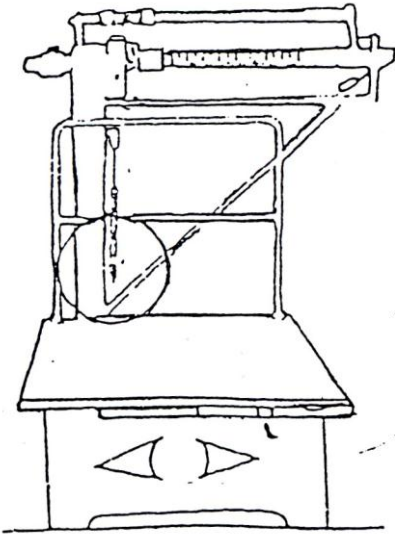
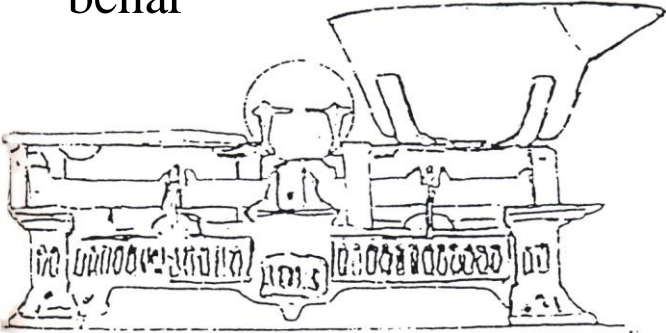
Gambar 1. CARA PENIMBANGAN YANG BAIK

Salah

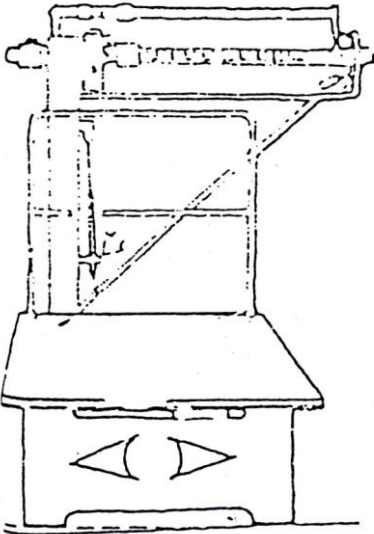


Kalau tidak bermuatan

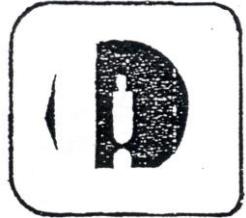
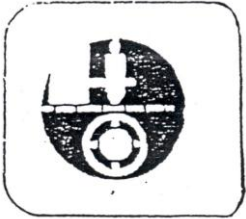
benar



Miring salah



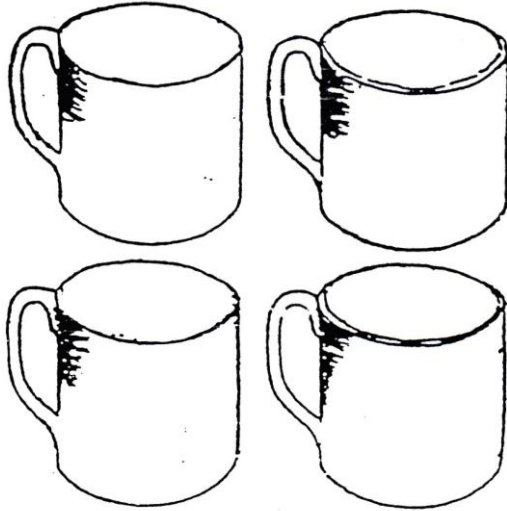
Datar benar



Kalau tidak bermuatan

Gambar 2. CARA PENGGUNAAN TAKARAN YANG BAIK

Gangkir

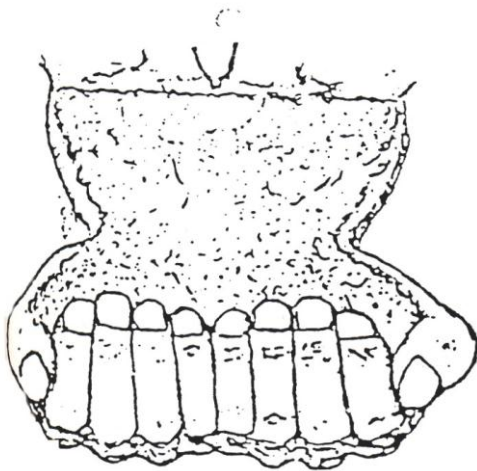


Salah

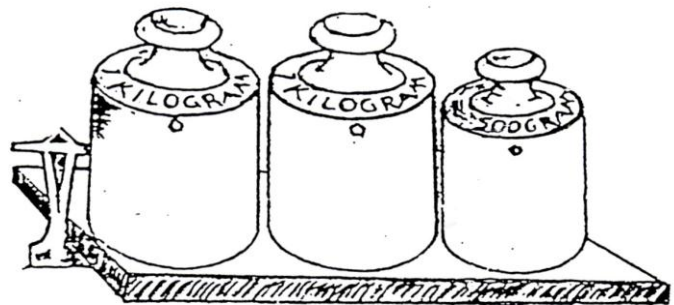


**Seharusnya
menggunakan takaran
ini**

**Anggota badan (tapak
tangan sampai siku)**

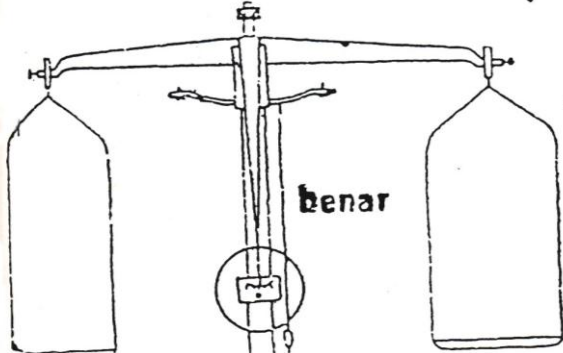
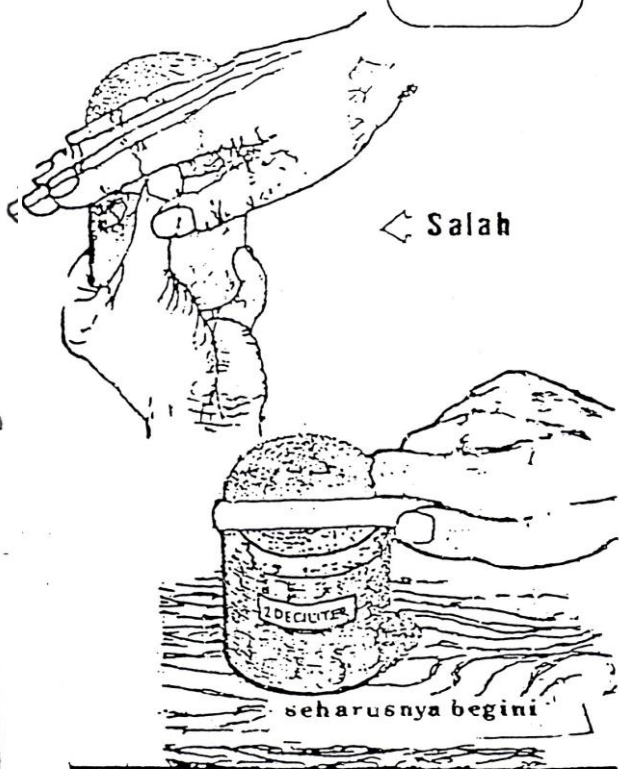
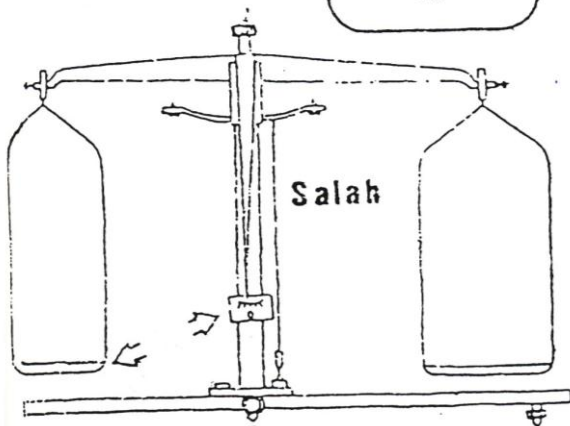
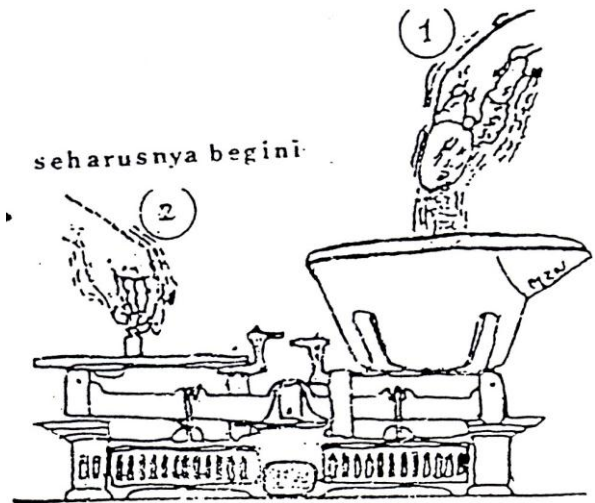
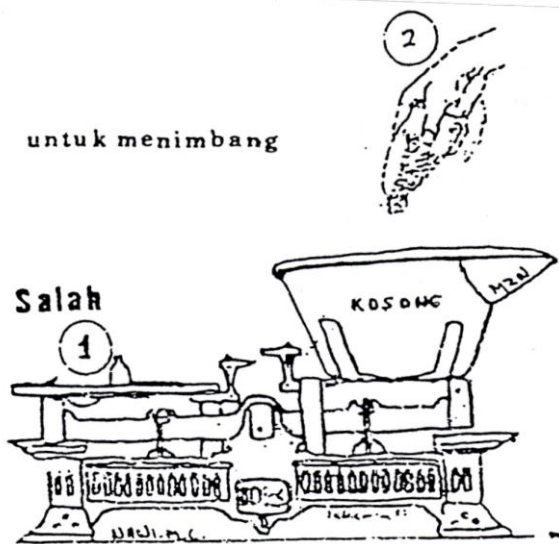


Salah



Seharusnya menggunakan timbangan ini

Gambar 3. CARA PENGGUNAAN TIMBANGAN DAN TAKARAN YANG BENAR



BAB X PERIKLANAN

Periklanan merupakan kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara lisan atau dengan penglihatan (berupa berita) tentang suatu produk, jasa atau ide (swasta, B.D.H. 1984). Berita yang disampaikan tersebut disebut iklan atau advertensi.

Fungsi Periklanan :

1. Memberi informasi.
2. Membujuk atau mempengaruhi.
3. Alat untuk menciptakan kesan (*image*)
4. Memuaskan keinginan pembeli dan penjual.
5. Sebagai alat komunikasi.

Tujuan utama periklanan menurut Swasta, B.D.H. (1984) adalah untuk menjual atau meningkatkan penjualan barang.

Segala bentuk promosi yang berbentuk non personal mengenai barang, jasa dengan menggunakan mass media. Iklan merupakan alat penghubung atau alat pemberitahu dari produsen kepada konsumen. Melalui iklan produsen memperkenalkan barang-barang produksinya kepada konsumen. Iklan merupakan media yang paling cepat mempengaruhi konsumen. Di Indonesia iklan mulai berkembang mulai tahun 1968.

Syarat Iklan

- 1) Harus menyampaikan pesan yang benar, jujur dan tidak menipu.
- 2) Harus bersifat mendidik.

A. Macam-macam Iklan:

- 1) Iklan langsung
- 2) Iklan tak Langsung
- 3) Iklan sugestif
- 4) Iklan didaktis
- 5) Iklan perkenalan

6) Iklan persaingan

7) Iklan kolektif

Iklan langsung tujuannya supaya langsung mengenai sasaran orang yang mungkin membeli/konsumen. Misalnya buku-buku, mesin dan sebagainya.

Iklan tak langsung berusaha mencapai tujuan secara tak langsung disamping membantu penjualan barang agar konsumen mengenal barang itu dan mencari di toko-toko, misalnya. Iklan Pepsodent di radio dan Televisi

Iklan Sugesti bermaksud mencapai tujuan dengan jalan menarik publikasi sugesti. Banyak mempengaruhi perasaan dari pada pikiran. Misalnya poster, jam dinding yang indah dan sebagainya.

Iklan didaktis ditujukan pada pikiran dan pengertian seseorang dengan jalan menyebutkan alasan, sifat khusus, serta penggunaan barang yang dimiliki yang berbeda dengan yang terdapat pada barang lain. Misalnya: mesin singer.

Iklan perkenalan diadakan dengan maksud memperkenalkan barang-barang baru

Iklan persaingan dititik beratkan pada sifat barang yang mempunyai nilai lebih tinggi dari pada pengusaha lain memberikan keuntungan lebih besar kepada pembelinya. Caranya dengan jalan memberi hadiah, menurunkan harga, obral dan sebagainya.

Iklan koleksi dibuat bersama oleh beberapa pabrik dengan jalan memperkenalkan hasil buatanya sehingga dapat memperkecil biaya. Misalnya iklan yang dibuat oleh pengusaha yang mempunyai kepentingan bersama seperti hotel dan sebagainya.

Produsen berusaha mencari data tentang kegemaran selera dari konsumen, masalah keluarga, pendapatan konsumen dalam rangka memasarkan barang produksi. Dalam memilih barang konsumen dipengaruhi oleh :

- a. Faktor psikologis
- b. Faktor sosiologis antara lain:
 1. Ingin meniru
 2. Ingin kelihatan menonjol
 3. Tidak mau disamai

Perasaan konsumen akan tergugah karena :

- a. Melihat
- b. Mendengar
- c. Membaca

B. Menghadapi Iklan

Dalam menghadapi iklan, konsumen perlu berfikir apakah iklan itu menyampaikan pesan yang jujur atau tidak, sehingga dalam menentukan pilihan benar-benar menggunakan pikirannya bukan semata-mata dipengaruhi oleh perasaan.

Media Iklan adalah :

1. Majalah
2. Surat kabar
3. Papan reklame
4. Surat selebaran
5. Melalui slide
6. Radio dan televisi

Pengaruh negatif iklan :

1. Konsumen terlalu boros
2. Menonjolkan yang baik-baik saja
3. Menyesatkan konsumen

Pengaruh positif iklan :

1. Dapat mengenal berbagai kebutuhan dipasaran
2. Alat hiburan (lagu, gambar yang menarik)
3. Menambah pengetahuan baru

C. REKLAME

Pengertian

Re = berulang-ulang, clame = berseru

Reklame : Menyatakan berulang-ulang untuk menarik perhatian massa. Reklame adalah segala perbuatan, yang dimaksud menarik

perhatian massa, pada suatu produksi, sehingga setelah melihat dapat menimbulkan minat untuk membeli

1. Maksud Reklame.
 1. Menjual setidak-tidaknya mendapat perhatian dari konsumen
 2. Memperbesar jumlah penjualan
 3. Menekan biaya perusahaan sehingga kelangsungan dari pada perusahaan terjamin
 4. memperkenalkan perusahaan pada masyarakat
 5. membina kepercayaan masyarakat pada perusahaan.
2. Tujuan pokok reklame
Memperbear laba untuk masa dekat maupun jangka panjang
3. Tiga cara Approach Dalam Pemasangan Iklan
 1. Education approach
 2. Reminder approach
 3. Notice of Sale approach
4. Media Reklame
 1. Propaganda
 2. House to house
 3. Lewat Film
 4. Televisi

LATIHAN

1. Apakah perbedaan periklanan, iklan dan reklame ?
2. Apa pendapat anda tentang iklan di televisi ?

BAB XI

CARA BERBELANJA YANG BAIK

A. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian

1. Sifat Dan Komposisi Keluarga

Keluarga petani akan mengkonsumsi barang dan jasa yang berbeda dengan keluarga pedagang. Hal ini karena cara hidup dan kebutuhan mereka berbeda. Keluarga yang jumlah anggotanya banyak akan berbeda dengan keluarga yang anggotanya sedikit, begitu pula keluarga yang anggotanya, masih kecil-kecil, akan berbeda dalam mengkonsumsi barang-barang dan jasa dibandingkan dengan keluarga yang anggotanya sudah dewasa.

2. Agama dan Kebudayaan

Agama mempengaruhi pemilihan barang dan jasa bagi konsumen. Keluarga yang menganut suatu agama, dimana agamanya tersebut melarang makan suatu makanan tertentu dalam hal pemilihan jenis makanan, akan berbeda dengan keluarga yang agamanya membolehkan makan setiap bahan makanan. Begitu juga dalam hal perayaan keagamaan dalam hal pemilihan barang yang diperlukan berbeda bagi setiap pemeluk agama tertentu. Kebudayaan mempengaruhi pula jenis barang yang dikonsumsi oleh seseorang atau suatu keluarga. Hal ini nampak jelas pada upacara perkawinan, kelahiran, pemakaman di beberapa daerah di Indonesia.

3. Jenis Pekerjaan Dan Lokasi Tempat Tinggal

Seseorang nelayan akan mengkonsumsi barang dan jasa yang berbeda dengan seorang manajer perusahaan. Seseorang yang bertempat tinggal jauh dari tempat kerjanya akan mengkonsumsi barang dan jasa yang berbeda dengan orang yang bertempat tinggalnya dekat dengan tempat pekerjaannya.

4. Pendidikan

Latar belakang pendidikan seseorang akan berpengaruh pula dalam cara berkonsumsi, seorang yang berpendidikan teknik akan memerlukan buku-buku teknik, sedangkan orang yang berpendidikan sastra akan lebih banyak memerlukan buku-buku sastra

5. Besar Kecilnya Penghasilan

Keluarga yang mempunyai sumber penghasilan yang besar akan mengkonsumsi barang dan jasa yang berbeda dibandingkan dengan keluarga yang berpenghasilan kecil. Perbedaan ini meliputi jenis dan jumlah barang/jasa.

Dengan demikian jelas bahwa barang-barang yang dikonsumsi oleh seseorang atau suatu keluarga tidak sama, karena terpengaruh oleh faktor-faktor tersebut diatas.

B. Cara Berbelanja

Cara berbelanja merupakan bagaimana konsumen mempergunakan uangnya untuk dibelikan suatu barang atau jasa. Konsumen sering membeli sesuatu tanpa rencana dan hanya ikut-ikutan karena melihat harga barang yang murah. Karena itu perlu dipelajari bagaimana cara berbelanja yang baik. Agar menjadi konsumen yang baik perlu diketahui beberapa hal antara lain :

1. Membuat rencana belanja dan dipilih saat berbelanja, secara teratur yang paling menguntungkan, misalnya seminggu, sebulan dan seterusnya.
2. Pilihlah tempat berbelanja yang paling menguntungkan baik harga maupun mutu barang. Oleh karena itu kelompok-kelompokan rencana belanja tersebut sehingga memudahkan dan menghemat waktu transport
3. Perbandingkan harga dilain tempat
4. Jika mungkin belilah ditempat langganan, jika mungkin di agen atau dialer
5. periksalah apakah barang atau bungkusan itu benar-benar barang yang anda beli
6. Telitilah apakah uang kembali dan barang sudah sesuai
7. Periksalah apakah bon barang sudah cocok dengan jumlah belanjanya dan uang kembalinya

8. Buatlah perjanjian jika barang meragukan
9. Mintalah garansi bila barang itu ada garansinya
10. Periksalah semua label dan keadaan fisik barang
11. Mintalah manual
12. Periksalah barang tersebut palsu atau tidak
13. Usahakan untuk memperoleh bukti pembelian untuk menghindari apabila suatu saat terjadi sengketa
14. memperhatikan hal-hal yang menyangkut takaran atau timbangan
15. Perhatikan kemasannya apakah mengandung bahan yang membahayakan bagi kesehatan, misalnya karatan, pecah, bocor.

Selain itu perlu diketahui pula antara lain :

1. Membuat anggaran belanja sebelum menggunakan uangnya. Anggaran ini dibuat berdasarkan keuangan yang tersedia dengan pertimbangan-pertimbangan akan kebutuhan yang didahulukan dari keinginan
2. Berdasarkan rencana dalam melaksanakan pembelian barang yang diperlukan atau yang diinginkan
3. setelah membeli dan mempergunakan barang perlu diadakan penelitian perencanaan dan pelaksanaan yang telah dibuat. Misalnya pembelian kompor yang hemat minyaknya sehingga nanti bila akan membeli lagimereknnya sama.

Baik perorangan maupun keluarga mengatur keuangan adalah perlu hal ini dimaksud agar pendapatan yang diperoleh seimbang dengan pengeluaran. Dalam piñata laksanaan keuangan diperlukan 3 tahap:

1. Tahap merencanakan menggunakan uang
2. Tahap pelaksanaan penggunaan uang
3. Tahap penilaian

Perencanaan Penggunaan Uang

Sebelum berbelanja atau menggunakan uang atau jasa hendaknya dibuat lebih dahulu suatu rencana penggunaan uang, atau yang disebut dengan anggaran belanja. Dari suatu anggaran dapat dilihat susunan keperluan yang akan

merupakan pengeluaran. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun anggaran belanja:

1. Anggaran belanja hendaknya merupakan hasil perundingan anggota keluarga. Didalam memenuhi kebutuhan dan keinginan tiap-tiap anggota keluarga harus mengetahui akan jumlah penghasilan keluarga atau uang yang tersedia untuk menyesuaikan kebutuhan.

2. Pelaksanaan penggunaan uang.

Rencana penggunaan uang harus fleksibel. Maksudnya mudah dirubah dan disesuaikan dengan kebutuhan atau disesuaikan dengan kebutuhan atau disesuaikan dengan keadaan, kepentingan serta keinginan bersama.

3. Penilaian.

Rencana penggunaan uang harus realistis sesuai dengan penghasilan atau uang yang tersedia. Hal ini merupakan control jumlah uang, adaah factor yang member batas pada anggaran belanja.

Didalam merencanakan penggunaan uang perlu dibuat perincian dengan memberikan prioritas terhadap kebutuhan.

1. Apakah sangat perlu?
2. Apakah diperlukan?
3. Apakah dapat ditangguhkan atau ditunda?

Perlu diketahui rencana belanja tidak dapat membuat penghasilan yang tidak cukup menjadi cukup, tetapi perencanaan suatu anggaran yang baik akan mencegah pengeluaran yang kurang penting. Ini berarti mengurangi pemborosan.

Keuntungan yang diperoleh dengan membuat rencana penggunaan uang adalah :

1. Menghindari pemborosan yang disebabkan pengeluaran-pengeluaran yang kurang ekonomis.
2. Mengetahui keseimbangan uang masuk dan keluar untuk memudahkan pengawasan dan penilaian
3. Mengetahui dengan cepat untuk apa saja uang yang dikeluarkan.

Langkah-langkah membuat rencana penggunaan uang:

1. Membuat daftar dari barang yang dibutuhkan dan diinginkan dalam waktu anggaran tertentu.
2. Kelompokan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan tersebut, berdasarkan prioritasnya kemudian perincilah
3. Setiap kebutuhan ditentukan macam atau jenisnya jumlah dan harga satuannya.
4. Dengan demikian kita akan tahu keseimbangan pengeluaran dan pendapatan.
5. Mengadakan *checking*

Pengaturan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara:

1. Dengan cara membuat pembukuan dalam keluarga
2. Sistem amplop yang dipisah-pisahkan menurut kebutuhan
3. Tata buku.

Pelaksanaan Penggunaan Uang

Dalam melaksanakan keuangan rumah tangga termasuk didalamnya ialah mengontrol dan menyesuaikan.

Mengontrol.

1. Secara mental artinya merealisasi seberapa besar uang itu kalau dibelikan barang.
2. Secara mekanis artinya menyisihkan sejumlah uang untuk menabung.

Menyesuaikan:

Jika rencana tidak cocok masih dapat diperbaiki membuka keputusan-keputusan baru. Jika ada perubahan dalam melaksanakan, sambil menyesuaikan diri dengan keadaan baru.

1. Jika rencana tidak cocok masih dapat diperbaiki
2. Membuat keputusan-keputusan baru jika ada perubahan
3. Dalam melaksanakan sambil menyesuaikan diri dengan keadaan baru.

Konsumen perlu menyadari apa sebabnya ia ingin membeli sesuatu :

1. Apakah benar barang itu diperlukan?
2. Apakah yang dibeli akan menaikkan dan menambah kesejahteraan keluarga dalam hidupnya?
3. Dapatkah dipiuhnya menambah kebahagiaan?
4. Apakah karena terbujuk pandainya seorang penjual?
5. Apakah hanya pengaruh iklan?
6. Apakah tidak mau kalah dengan orang lain?

Syarat-syarat membeli suatu barang :

1. Adanya kebutuhan untuk membeli barang
2. Bagaimana membelinya secara bijaksana
3. Mempunyai gambaran yang jelas kegunaan barang tersebut.
4. Membandingkan berbagai cap, keterangan-keterangan yang ada pada bungkusannya.

Hal-hal yang harus dilakukan pada waktu merencanakan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Membuat sesuatu daftar dari barang-barang yang diperlukan dan diinginkan oleh keluarga dalam jangka waktu tertentu.
2. Menentukan harga dari setiap keperluan.
3. Harus diketahui berapa penghasilan yang masuk
4. Harus diusahakan supaya pengeluaran dan pendapatan seimbang.
5. Dalam membuat anggaran lebih baik pendapatan melebihi pengeluaran, karena harus disesuaikan, disediakan untuk pengeluaran yang terduga, tabungan membeli barang yang mahal.
6. Mengecek apakah keperluan dan keinginan dapat terpenuhi.

LATIHAN

1. Buatlah suatu perencanaan pembelian sebuah barang !
2. Menurut anda adakah factor lain yang mempengaruhi pembelanjaan?

BAB XII

CARA MEMBELI PAKAIAN, MAKANAN DAN BARANG RUMAH TANGGA

A. Pakaian

Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi. Kebutuhan akan pakaian bias diperoleh dengan membeli pakaian jadi atau membeli bahan lalu dijahitkan pada penjahit. Jika konsumen membeli pakaian jadi, termasuk pada membeli barang, namun jika konsumen menjahitkan pada penjahit termasuk membeli jasa. Ada cara yang berbeda dalam melakukan pembelian pakaian jadi dan menjahitkan meskipun tujuannya sama yaitu untuk mendapatkan pakaian.

Pakaian ada bermacam-macam, namun menurut jenisnya pakaian dapat digolongkan menjadi tiga macam :

1. Pakaian dalam

Yaitu semua pakaian yang dikenakan sebelum memakai pakaian luar. Juga semua pakaian yang dipakai hanya didalam rumah.

Seperti :

Celana dalam, singlet, *onderyurk*, BH, pakaian rumah (daster), pakaian tidur dsb.

Pakaian dalam yang tersedia di pasaran sangat beragam mulai dari merek yang terkenal sampai yang harganya seribu tiga. Konsumen bias memilih disesuaikan dengan uang yang dimiliki. Beberapa hal yang harus diperhatikan ketika membeli pakaian dalam antara lain :

- a. Bahan dipilih yang menyerap keringat.
- b. Warna, dipilih sesuai selera
- c. Bahan dipilih yang kuat dan tidak luntur.

2. Pakaian Luar

Yaitu semua macam pakaian yang dipakai setelah memakai pakaian dalam.

Seperti:

Pakaian sehari-hari untuk berpegiian, pakaian kerja pakaian pesta, pakaian sekolah, pakaian rekreasi, pakaian penghangat dsb.

Pakaian luar yang tersedia di pasaran juga sangat beragam mulai dari merek terkenal sampai yang tidak bermerek. Pakaian luar yang dijual jadi merupakan produksi butik, konfeksi maupun produksi industry rumah tangga. Bila akan membeli pakaian luar dalam bentuk jadi harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Periksa jahitan seluruh pakaian
- b. Periksa kancing-kancing yang ada.
- c. Jika memungkinkan dicoba terlebih dahulu.
- d. Warna dan harga sesuaikan dengan uang yang ada.

3. Pakaian khusus

Yaitu pakaian yang dipakai pada waktu melakukan kegiatan khusus.

Seperti:

Pakaian daerah, pakaian olah raga, Praktikum di Laboratorium, Wear pak, Celemek dan kerpus.

Pakaian khusus seperti kain, kebaya, kain songket dan sebagainya tersedia di pasaran dengan harga yang sangat beragam mulai dari ribuan sampai jutaan. Jika akan membeli pakaian khusus harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Cara perawatan kain tersebut
- b. Cara menggunakan
- c. Warna dan harga sesuaikan dengan uang yang ada.

Menurut Khayati, E. (1994), cara memilih pakaian dan assesories yang kreatif adalah sebagai berikut :

1. Pilihlah pakaian yang dapat dipakai untuk beberapa kesempatan, seperti stelan rok dan blus, supaya dapat dipadukan dengan rok panjang atau celana panjang.
2. Pilihlah warna yang netral seperti: dasar hitam, abu-abu, putih, coklat, biru tua atau warna dalam kelompok yang sama.

3. Bahan yang baik untuk segala kesempatan sesuai dengan iklan Indonesia adalah bahan serat campuran seperti : *Crepe de Chine* (40% katun, 60% poliester), *Crepe Wool ringan* (60% wol, 40% poliester) dan sebagainya.
 4. Pilih sepatu yang enak dipakai dan berkualitas baik. Milikilah sepatu yang memiliki citra forma (tertutup) dan sepatu bercitra santai (Terbuka) dengan warna-warna netral.
 5. Pilihlah perhiasan dengan bentuk dan model, klasik, karena tidak akan ketinggalan jaman.
 6. Pilihlah tas bahu berukuran sedang untuk sehari-hari, dan tas berwarna emas atau perak untuk pesta malam hari. Tas dan sepatu tidak perlu selalu sama warnanya, yang penting menyatu bahannya.
 7. Pilihlah ikat pinggang model klasik dan berkualitas baik.
 8. Milikilah *scraf* yang serba guna, untuk menunjang penampilan supaya lebih menarik.
4. Lenan

Lenan rumah tangga merupakan salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan keluarga, tetapi juga sebagai perlengkapan perabot rumah tangga. Lenan rumah tangga terdiri dari bermacam-macam jenisnya antara lain :

1. Perlengkapan tempat tidur

Terdiri dari : Sprei, sarung bantal dan guling, selimut, penutup tempat tidur (bad cover), kelambu.
2. Alas penutup perabot rumah tangga.

Terdiri dari : Taplak meja, Loper yang dipasang pada meja Better, kain penutup jendela dll.
3. Kain seka atau pembersih.

Terdiri dari:

 - a. Lap kerja untuk mengelap perabot rumah tangga
 - b. Lap pengering/serbet dapur untuk mengeringkan alat-alat yang sudah dicuci.
 - c. Serbet makan untuk lap pembersih tangan waktu mulai atau sudah makan dan sebagai penutup pangkuan waktu makan.

- d. Serbet jari untuk membersihkan jari-jari ketikan makan makanan kecil.

4. Tirai

Terdiri dari :

- a. Tirai Kaca:

Dari kain tipis, tenunan renggag sehingga tembus cahaya. Diperlukan untuk menghias jendela sehingga penglihatan dari luar terhalang dan untuk melemahkan cahaya matahari disiang hari.

- b. Tirai Penutup :

Bahan tebal sehingga tidak tembus cahaya, dipasang sesudah tirai kaca sehingga pada waktu malam hari keadaan di dalam ruangan tidak terlihat dari luar. Tirai ini dipergunakan juga sebagai penutup pintu kamar (Gordin).

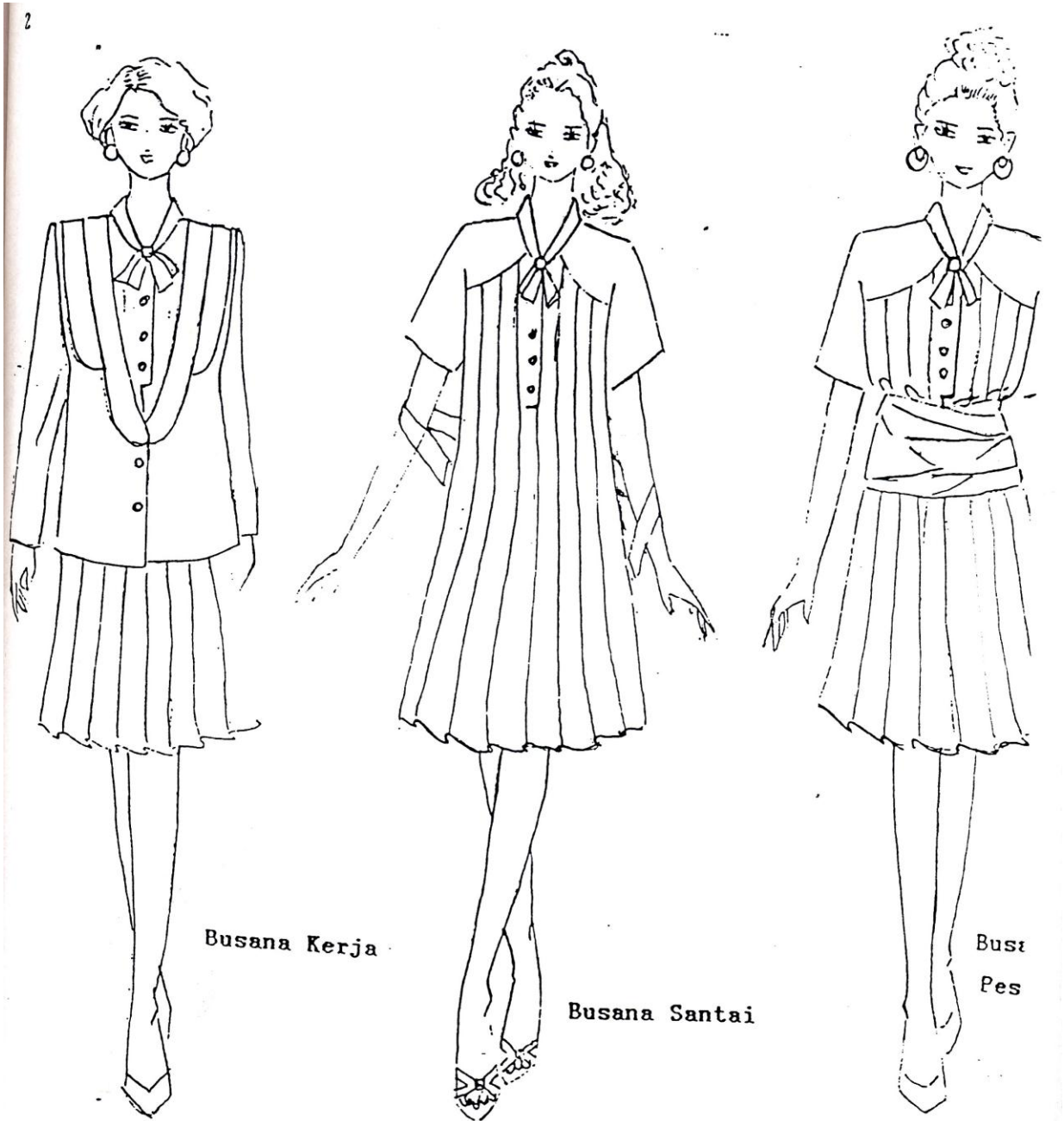
Dipasaran tersedia lenan rumah tangga yang sangat beragam begitu pula harganya. Jika akan membeli lenan rumah tangga perhatikan hal-hal berikut:

- 1) Pilih bahan yang kuat.
- 2) Pilih bahan yang tidak luntur.
- 3) Warna dan harga sesuaikan dengan uang yang ada.

Untuk menambah wawasan tentang pakaian berikut ini disajikan gambar-gambar pakaian.

Gambar 4. MODEL PAKAIAN DALAM BERBAGAI KESEMPATAN

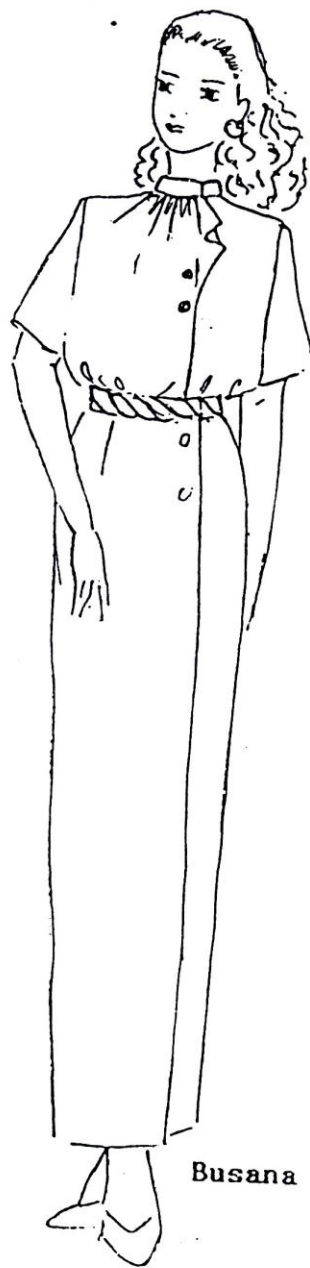
Ilustrator = Avie Budi S



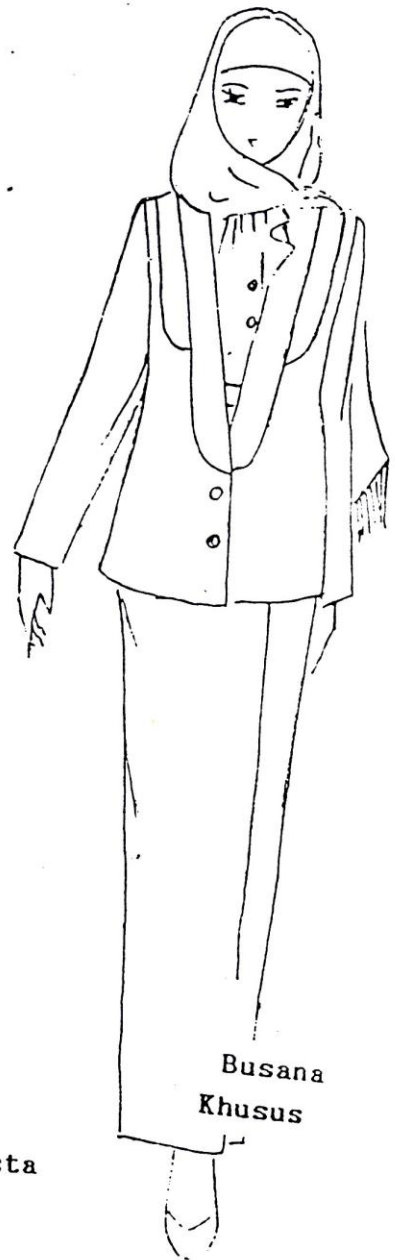
Gambar 5. MODEL PAKAIAN DALAM BERBAGAI KESEMPATAN



Busana Santai



Busana Pesta

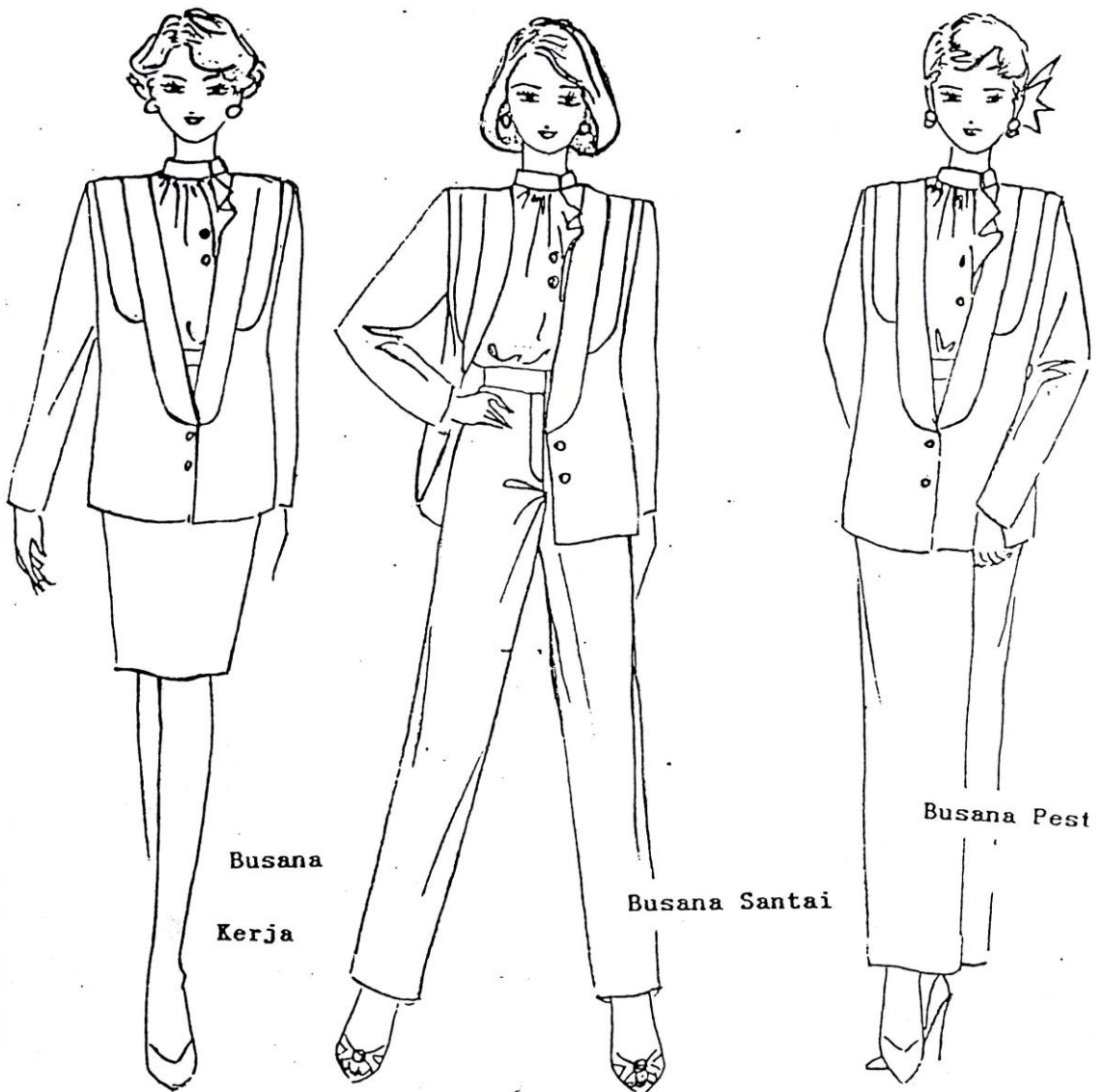


Busana Khusus

Ilustrator : Avie Budi S

Bs '92

Gambar 6. MODEL PAKAIAN DALAM BERBAGAI KESEMPATAN



Busana
Kerja

Busana Santai

Busana Pest

Illustrator : Avie Budi S

Rs '92

B. Makanan

Makanan merupakan kebutuhan manusia untuk dapat melangsungkan kehidupan. Untuk memperoleh makanan dapat diperoleh dengan membeli bahan pangan mentah lalu dimasak sendiri di rumah dan dapat pula membeli makanan jadi. Dua cara memperoleh makanan tersebut menuntut cara yang berbeda pula dalam memperolehnya.

1. Bahan pangan.

Bahan pangan tersedia di pasar tradisional dan Supermarket. Masing-masing tempat belanja tersebut mempunyai keunggulan dan kekurangan.

Kelebihan pasar tradisional:

- a. Harga relative murah
- b. Harga bias ditawarkan.

Kekurangan pasar tradisional :

- a. Bahan pangan masih kotor.
- b. Tempat relatif kotor.

Kelebihan Supermarket :

- a. Tempat bersih dan menarik.
- b. Barang bersih.

Kekurangan super market:

- a. Harga relative mahal
- b. Tidak bisa ditawarkan.

Dengan melihat kelebihan dan kekurangan kedua tempat tersebut konsumen bisa mempertimbangkan baik-baik sebelum berbelanja. Untuk berbelanja bahan makanan hendaknya dilakukan secermat mungkin supaya memperoleh bahan makanan yang baik, bermutu dan sesuai dengan yang dikehendaki.

1. Dilakukan dengan bijaksana, yaitu sesuai dengan kebutuhan dan keuangan keluarga.
2. Memilih bahan dengan teliti sebelum membeli, tidak muah tertarik oleh promosi produsen.
3. Memperkirakan kepantasan harga dengan wujudnya barang, mutu dan jumlah barang yang dibeli.
4. Sebelum membeli hendaknya membaca etiket yang ada pada kemasannya, tentang komposisi dan batas kadaluarsa dari bahan yang akan dibeli tersebut.
5. Belanja harus sesuai dengan perencanaan. Jika membeli dalam jumlah besar, sebaiknya langsung di agen dan dibayar dengan kontan.
6. Bahan makanan yang akan dibeli hendaknya menurut selera anggota keluarga, dengan mempertimbangkan nilai gizi yang terkandung dalam bahan tersebut.
7. Bahan makanan musiman, hendaknya dipilih yang sedang musimnya. Sehingga akan lebih mudah dan murah.
8. Memilih tempat berbelanja yang lengkap persediaannya, sehingga tidak membuang waktu. Untuk mencari barang yang lainnya.
9. Makanan-makanan yang sudah basi atau rusak seperti kue-kue basah, sayuran segar, daging, dan ikan hendaknya dibeli dalam jumlah secukupnya saja.
10. Kalau membeli barang-barang dalam kaleng, hendaknya diperhatikan label, batas kadaluarsa, dan bentuk kalengnya. Bentuknya kaleng yang berkarat atau megelembung berarti sudah rusak.

2. Pemilihan Bahan Makanan

Untuk berbelanja bahan makanan, bisa dilakukan di pasar tradisional maupun di took-toko atau super market. Pada waktu berbelanja konsumen berhak melakukan pemilihan dengan tujuan antara lain :

1. Agar pembeli mendapat bahan makanan yang baik.
2. Menghemat pengeluaran uang dan tenaga.

3. Agar makanan yang dimakan memenuhi gizi.
 4. Supaya makanan bervariasi dan memenuhi selera.
3. Cara Memilih Bahan Makanan.

Bahan makanan sangat beraneka ragam, untuk bisa membeli berbagai bahan makanan yang berkualitas konsumen perlu memiliki pengetahuan tentang bahan makanan yang sangat beragam tersebut.

a. Memilih beras :

Beras dipilih yang kering, utuh, tidak berbau dan tidak dimakan ulat dan masih baru. Beras tumbuk dan beras merah lebih banyak memiliki vitamin dari pada beras giling.

Jika membeli beras di dalam karung perhatikan baik-baik isinya, perlu diperiksa apakah isi di dalam karung bagian atas sama dengan isi di dalam karung bagian bawah. Perhatikan juga cara penimbangannya.

b. Memilih sayuran dan buah-buahan :

Memilih sayuran hendaknya yang masih segar, tidak busuk, tidak dimakan ulat, sayuran adun yang berwarna hijau harganya murah dan mudah didapat. Sayuran dari jenis daun-daunan lebih tinggi kadar zat gizinya dari pada sayuran dari jenis lainnya. Sayuran yang dibeli dari super market biasanya disimpan dalam refrigerator atau almari pendingin oleh karena itu harus segera dimasak atau cepat-cepat disimpan di dalam almari pendingin di rumah jika tidak segera digunakan. Jika membeli sayuran di pasar tradisional dan akan disimpan dalam almari pendingin terlebih dahulu harus dibersihkan lalu disimpan dalam kantong plastic yang diberi lubang-lubang.

c. Memilih daging :

Daging merupakan sumber protein hewani yang berkualitas tinggi yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Di pasaran banyak sekali daging yang diperdagangkan, antara lain :

- 1) Daging sapi (*beef*).
- 2) Daging anak sapi (*veal*).
- 3) Daging domba (*mutton*).
- 4) Daging anak domba (*lamb*).

- 5) Daging kerbau.
- 6) Daging Kuda (Busono, M. 1980).

Begitu banyaknya daging yang beredar di pasaran sehingga konsumen perlu mengetahui ciri-ciri dari masing-masing daging tersebut. Menurut Tamaso, C.W.J. dan Djumairi, S. (1979), ciri-ciri daging adalah sebagai berikut :

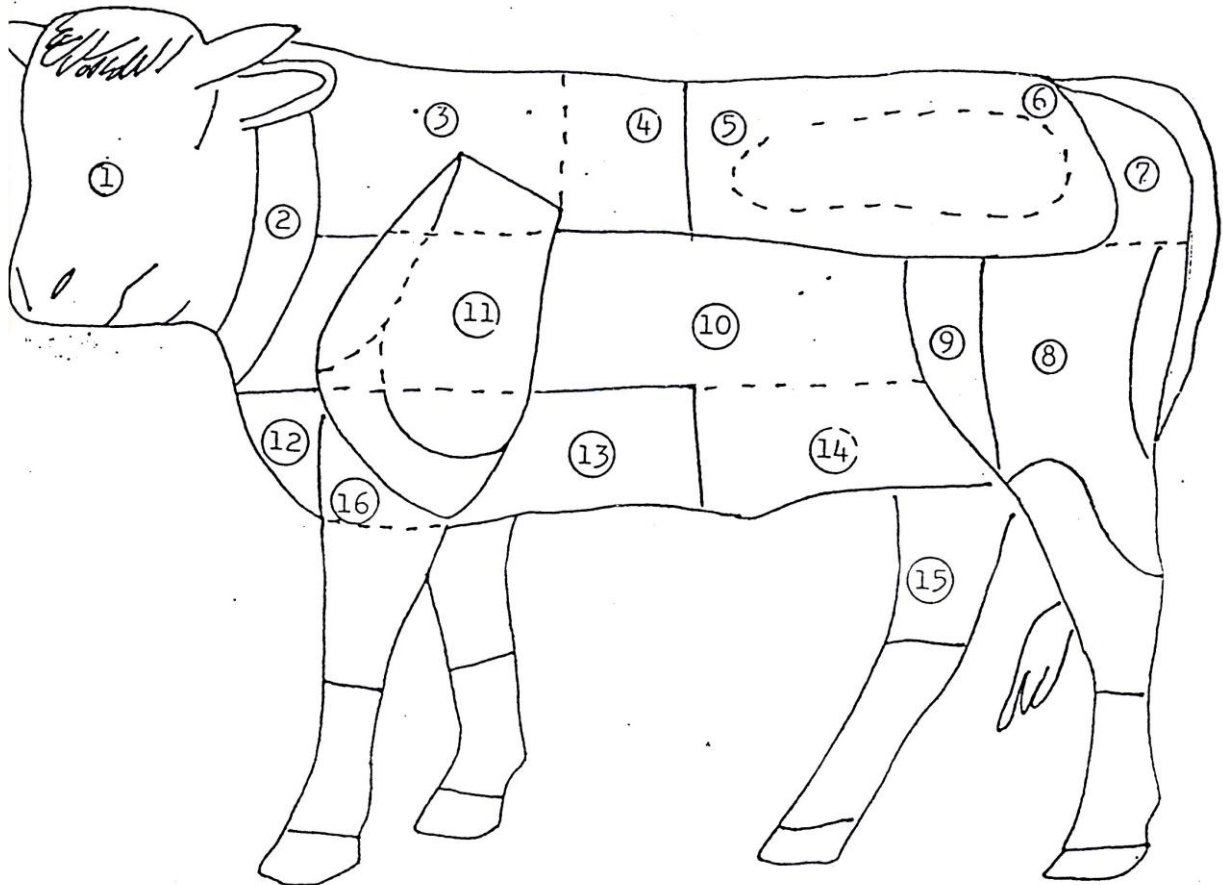
- 1) Daging sapi berwarna merah tua, serat halus dan berlemak kuning serta keras.
- 2) Daging anak sapi warnanya lebih muda, seratnya lebih halus, berlemak putih dan lunak.
- 3) Daging kerbau berwarna merah jambu tua, baunya keras ada bagian lemak yang tipis lebar.
- 4) Daging babi berwarna merah jambu, seratnya halus, lemaknya putih, lunak dan jernih.

Di samping ciri-ciri di atas ada hal-hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen pada waktu membeli daging antara lain :

- 1) Daging segar, mengkilat, tidak teratur.
- 2) Bingkas.
- 3) Baunya segar.
- 4) Tidak berlendir, tidak melekat waktu dipegang.
- 5) Timbangan tepat.
- 6) Bercap abattoir (Suryono, S. 1978).

Tingkatan daging ditentukan oleh kualitas daging potongan, umur binatang. Binatang yang muda dagingnya lebih lunak dan harganya lebih mahal. Bagian-bagian dari tubuh binatang menentukan harga dan kualitas daging. Misalnya bagian lulu lebih mahal dari pada bagian kepala. Rupa dan banyaknya lemak menentukan kualitas daging, daging dari hewan yang gemuk lebih empuk dari pada daging dari hewan kurus. Sebaliknya daging yang mengandung urat-urat berwarna putih akan lebih liat. Untuk dapat memilih daging yang baik sesuai dengan kebutuhan maka konsumen perlu mengetahui bagian-bagian dari daging seperti pada gambar berikut ini.

Gambar 7. BAGIAN-BAGIAN SAPI



Keterangan:

- | | |
|------------------|--------------------|
| 1. Kepala | 9. Daging ibu jari |
| 2. Sandung lamur | 10. Daging rusuk |
| 3. Lulur bawah | 11. Bahu |
| 4. Lulur | 12. Dada |
| 5. Roast beef | 13. Dada belakang |
| 6. Damino | 14. Sisi |
| 7. Ekor | 15 dan 16 schenkel |
| 8. Bestik | |

Sumber : Pauli, E. 1979

Bagian kepala, bahu, bestik dan ibu jari baik diolah dengan teknik menyemur yaitu memasak dengan sedikit barang cair baik lemak, air atau barang cair lainnya. Misalnya dibuat *beef – steak*, semur daging, garam asem, oseng-oseng dan sebagainya (Sudaryati,S. 1990).

Bagian lidah cocok untuk masakan lidah asap, lidah isi, lidah rendang, steak lidah, mulut sapi untuk masakan rujak cingur, oseng cabe hijau, Otak digoreng telur, mata dioseng atau di garang asem (Busono, M.1980).

Bagian ekor untuk sup buntut. Jerohan dibuat sambal goreng, dibacem, dibuat soto, bagian roast beef dan damino baik diolah dengan teknik dipanggang atau digoreng seperti dibuat sate, dendeng, daging goreng dan sebagainya. Bagian rusuk, dada belakang, sisi dan schenkel baik untuk diolah dengan teknik direbus seperti dibuat rawon, gulai, opor, bacem, diambil kaldunya, bumbu rujak, rendang dan sebagainya (Sudaryati, S. 1990)

d. Pemilihan ikan :

Ikan yang masih baik mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: Insangnya merah segar, permukaan tubuhnya kenyal dan tidak berlendir, tidak berbau busuk, bau segar, khas ikan, sisiknya mengkilap, matanya jernih dan keluar. Ikan yang sudah pucat warnanya dan baunya menusuk, menandakan sudah mengalami proses kerusakan.

e. Memilih telur :

Telur yang baik tanda-tandanya sebagai berikut: Dilihat kearah cahaya kuning telur terlihat bulat ditengah, rongga udara relative kecil, jika digoyang tidak berbunyi, direndam dalam air garam (100 gram garam dalam 1 liter air) telur yang baik akan tenggelam.

f. Memilih daging unggas/ayam :

Daging ayam ras lebih berlemak, lebih lunak dan banyak mengandung air jika dibandingkan dengan ayam kampung. Daging ayam ras baik untuk digoreng. Sedang daging ayam, kampung baik untuk disayur. Ayam yang masih muda dagingnya lunak. Tanda-tanda ayam yang masih muda: mudah

ditekan, bulu-bulunya mudah dicabut, sisik pada kaki tidak terlalu keras. Sedang ayam betina dagingnya lebih lunak dari pada ayam jantan.

g. Makanan dalam kaleng :

Membeli makan dalam kaleng perlu diperhatikan : Kaleng tidak boleh rusak, kaleng tidak boleh mengembang dan tiak berkarat. Perhatikan tanggal kadaluwarsa.

4. Memilih Makanan Jadi

Makanan bisa diperoleh dalam bentuk makanan jadi yang siap dikonsumsi. Makanan jadi bisa diperoleh di restoran, warung makan ataupun supermarket.

a. Makanan Jajanan

Makanan jadi dengan menu tradisional dikenal dengan istilah makanan jajanan. Menurut Fardiaz, S. dan Dedi, F. (1992) makanan jajanan adalah makanan atau minuman siap dimakan yang dijual di tempat umum, terlebih dahulu telah dipersiapkan atau dimasak di tempat produksi atau di rumah atau di tempat berjualan. Hasil survey konsumen di Kotamadya Bogor tahun 1990 oleh Proyek Makanan Jajanan Institut Pertanian Bogor menunjukkan bahwa rata-rata 31% dari anggaran untuk belanja makanan (atau kira-kira 16% dari total pengeluaran digunakan untuk membeli makanan jajanan (IPB – TNO – VO,1991)).

Berdasarkan cara berjualan, pedagang makanan jajanan dibedakan menjadi :

- 1) Pedagang berpangkal, misalnya di pusat-pusat keramaian seperti pasar, stasiun, terminal, tempat rekreasi dan pusat pertokoan.
- 2) Pedagang berkeliling dengan gerobak dorong, pikulan, atau gendongan.

Hasil penelitian Proyek Makanan Jajanan IPB menunjukkan bahwa dari 251 contoh minuman jajanan yang dianalisis sebagian besar menggunakan pewarna sintetik, dan beberapa di antaranya merupakan zat pewarna sintetik, dan beberapa diantaranya merupakan zat pewarna yang tidak diizinkan penggunaannya menurut peraturan Menteri Kesehatan R.I NO. 722/MEMKES/PER/IX/88. Beberapa pedagang ada yang menggunakan bahan pewarna alami seperti caramel, cocoa, daun pandan dan daun suji.

Sebanyak 14.7% contoh minuman jajanan yang dianalisis mengandung rhodamin-B (warna merah), yaitu salah satu zat pewarna yang dilarang penggunaannya di dalam makanan. Bahan pewarna lain yang ditemukan di dalam minuman jajanan dan tidak tercantum di dalam daftar yang diizinkan adalah amaranth (merah) dan methanyl yellow (kuning), sedangkan bahan pewarna sintetik lain yang digunakan dalam minuman jajanan dan tergolong pewarna yang diizinkan adalah carmoisin dan scarlet 4R (merah), tartrazine dan sunset yellow(kuning), fast greenFCF (hijau), dan brilliant blue FCF (biru)

Hasil penelitian Proyek makanan Jajanan IPB menunjukkan bahwa hampir semua contoh yang dianalisis mengandung timbale (Pb) dalam jumlah yang sangat rendah yaitu dibawah 1.0 ppm. Sebanyak 9 contoh dari 120 contoh yang dianalisis makanan jajanan terutama yang menggunakan bahan mentah sayuran dan buah-buahan tercemar pestisida. Sembilan contoh tersebut terdiri dari 7 makanan yang mengandung sayuran seperti pecel, gado-gado dan karedok, 1 bubur ayam dan 1 susu.

Beberapa makanan jajanan, terutama yang mengandung kacang tanah, sering tercemar aflatoksin, yaitu suatu mikotoksin yang diproduksi oleh kapang terutama *Aspergillus flavus*. Proyek Makanan Jajanan IPB menemukan dari 129 contoh yang diteliti, sebanyak 22 contoh (17%) mengandung aflatoksin.

Table 1. kandungan aflatoksin pada beberapa makanan jajanan

Makanan Jajanan	N	Kandungan alatoksin (pbb)	
		B ₁	B ₂
Jumlah yang dianalisis	129		
Jmlah yang positif	22		
- Gado-gado	5	12.4-52.5	3.0
- Kacang goreng	2	30.0	15.0
- Karedok	4	60.0	30.0
- Ketoprak	3	10.0-25.0	1.3-14.0
- Ketupat tahu	2	10.0	Tidak terdeteksi
- Lontong pecel	6	3.0	3.0

Sumber : IPB-TNO-VU (1990). Dalam Fardiaz, S. (1992)

Sebagian besar minuman jajanan yang dianalisis terutama yang mengandung santan dan kelapa dan dijajakan berkeliling dengan gerobak atau pikulan, merupakan minuman beresiko tinggi terhadap kerusakan mikrobiologis. Makanan kecil yang beresiko tinggi adalah asinan, rujak, sedangkan jenis makanan yang dipersiapkan dengan cara digoreng atau dipanggang merupakan makanan yang beresiko rendah. Makanan utama yang dikonsumsi dalam keadaan panas seperti mie, bakso, mie ayam, dan soto mie merupakan makanan yang aman dikonsumsi dari segi mikrobiologi. Pemanasan, penggorengan, perebusan dan pemanggangan dapat membunuh sebagian besar mikroorganisme di dalam makanan termasuk semua bakteri patogen yang tidak membentuk spora.

Dengan memperhatikan hasil penelitian tersebut konsumen diharapkan lebih berhati-hati jika akan membeli makanan jajanan perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- 1) Perhatikan kebersihan makanan
- 2) Pilih makanan yang diproses dengan pemanasan terlebih dahulu seperti direbus, digoreng atau dikukus
- 3) Pilih makanan atau minuman yang warnanya tidak terlalu menyolok
- 4) Pilih makanan atau minuman yang tidak dijajakan keliling

b. Fast Food

Fast Food merupakan makanan yang siap santap yang disajikan di restoran yang biasanya merupakan lisensi dari luar negeri seperti Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc Donald, dan sebagainya.

Kehadiran fast food di kota-kota besar telah mendapat tempat dihati masyarakat. Sehingga restoran-restoran penjual fast food tidak pernah sepi pengunjung baik di hari libur maupun di hari-hari kerja. Rasanya yang enak, tempat yang nyaman dan penyajian yang cepat membuat fast food disukai oleh masyarakat dari berbagai tingkat umur.

Di pihak lain fast food dituding sebagai salah satu penyebab meningkatnya jumlah penderita penyakit modern. Karena umumnya fast food mengandung kolesterol tinggi, yang memungkinkan seseorang terkena penyakit tersebut. Sehingga timbul persepsi bahwa fast food adalah junk food atau makanan sampah.

Penelitian Anwar, F. dan Riyadi, H. (1994) yang dilakukan di restoran-restoran fast food terkenal dan restoran yang menyediakan makanan khas dalam negeri maupun luar negeri di DKI Jakarta dan Bogor menunjukkan perbedaan kandungan kolesterol dan asam lemak jenuh antara fast food dan masakan Indonesia umumnya tidak terlalu besar.

Rata-rata kandungan kolesterol pada fried chicken tidak jauh berbeda dengan kolesterol pada ayam dengan resep tradisional. Selain itu burger lebih rendah kandungan kolesterolnya dari pada ikan yang diolah dengan cara tradisional.

Kandungan natrium pada makanan yang diteliti umumnya tinggi baik pada restoran fast food maupun restoran khas Indonesia. Konsumsi natrium yang berlebihan dapat menimbulkan penyakit tekanan darah tinggi. Jika seseorang terlalu sering mengkonsumsi makanan berkolesterol tinggi, resiko terkena penyakit degeneratif akan semakin tinggi

Sumbangan lemak dari fast food yang dikonsumsi sebanyak 2.60-44.64 persen dibandingkan dengan kebutuhan lemak yang dianjurkan. Sedangkan sumbangan kolesterol rata-rata sebesar 3.33 – 272 persen dan sumbangan natrium berkisar 6.52 – 72.73 persen dari konsumsi yang dianjurkan. Sumbangan kolesterol yang begitu besar menyebabkan meningkatnya kandungan kolesterol dalam darah. Untuk itu perlu dicari upaya bagaimana cara mengkonsumsi *fast food* yang aman.

Cara mengkonsumsi *fast food* :

- 1) Gunakan pola 4 Sehat 5 Sempurna.
- 2) Imbangi dengan makan buah dan sayuran yang berserat pada waktu yang hampir bersamaan atau bersamaan dengan waktu mengkonsumsi *fast food*.
- 3) Perbanyak konsumsi buah yang mengandung vitamin C yang bias menurunkan kolesterol.

Selain hal diatas untuk hidup sehat, jaga jangan sampai kegemukan, imbangi dengan olahraga secara teratur, hindari merokok, stress, dan minum minuman keras.

Tabel 2. Rata-rata Kandungan Zat Gizi Berbagai Jenis Makanan yang Diperoleh dari Berbagai Restoran Terkenal di Jakarta dan Bogor.

Nama Makanan	Rata-rata kandungan Zat Gizi			
	Lemak (g)	Kolesterol (mg)	As. Lemak Jenuh (g)	Natrium (mg)
Fried Chicken :				
Dada	17,14	285,00	15,91	574,67
Paha	14,51	254,75	13,59	502,75
Sayap	19,47	208,67	18,26	340,00
Burger	13,67	75,60	12,84	627,60
Pizza	8,66	24,25	8,29	165,75
Hati dan Ampla (resep <i>fast food</i> Amerika)				
	11,60	515,00	10,58	374,50
Ayam (resep tradisional)				
Dada	12,42	192,50	11,61	229,50
Paha	10,22	193,00	9,61	272,00
Masakan Jepang	10,62	222,00	10,12	305,67
Masakan Thailand	5,61	36,00	5,53	368,00
Masakan Korea	3,12	276,00	3,08	362,00
Masakan Eropa	11,39	453,67	10,85	321,00
Masakan Ikan (resep tradisional)				
	13,09	123,67	12,25	532,33

Sumber: Hasil Penelitian Ir. Faisal Anwar MS dan Ir Hadi Riyadi MS, Jurusan Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga, Fakultas Pertanian, IPB

C. BARANG RUMAH TANGGA

Rumah yang kecil sekalipun hendaklah bersih dan rapi, memenuhi syarat kesehatan dan dibagi-bagi tempatnya sesuai dengan tujuan penakai oleh anggota keluarga. Dalam pembelian barang-barang rumah tangga harus memperhatikan syarat-syarat dari barang dan kegunaannya, serta sifat barang-barang yang mana dapat dibagi menjadi:

1. Barang atau alat untuk ruang tamu.
2. Barang atau alat untuk ruang makan
3. Barang atau alat untuk ruang tidur.
4. Barang atau alat untuk ruang dapur
5. Barang atau alat untuk ruang keluarga (santai)
6. Barang atau alat untuk gudang.
7. Barang atau alat untuk kamar mandi dan WC

Perabot rumah tangga dalam ruang-ruangan tersebut dibagi menjadi :

1. Perabot besar maksudnya perabot yang pemeliharaannya/pembersihannya tidak perlu dipindah tempatnya.

Seperti :

Meja, kursi, buffet, almri, tempat tidur dll.

2. Perabot kecil maksudnya perabot yang berfungsi sebagai hiasan/pelengkap perabot besar.

Seperti :

Lukisan, hiasan dinding, benda kecil sebagai penghias ruangan.

Pada waktu membeli barang rumah tangga harus diperhatikan bagaimana sifat bahan baku dari perabot tersebut agar dapat memudahkan dalam pemeliharaannya.

LATIHAN

1. Suatu keluarga muda baru saja menempati rumah barunya mereka membutuhkan perabot-perabot untuk mengisi rumah itu, buatlah perencanaannya dan tentukan kunci-kunci yang harus diperhatikan dalam membelinya.
2. Suatu saat anda diajak menghadiri perjamuan makan malam padahal anda baru saja makan dan anda tidak bias menolaknya, maka hidangan apa yang anda pilih dalam perjamuan tersebut jelaskan alasannya
3. Anda harus menghadiri seminar di luar kota selama dua hari pakaian dan assesories apa yang anda pilih ?

DAFTAR PUSTAKA

- Busono, M. 1980. Bahan Makanan Yang Berasal Dari Hewan. Hal Daging. FIP IKIP Yogyakarta.
- Fardiaz, S. dan Dedi, F. 1992. Makanan Jajanan Dan Peluang Peningkatannya. Makalah disampaikan pada Kongres Nasional IX PERSAGI dan kursus Penyegar Ilmu Gizi, Semarang.
- Hardiansyah dan Suhardjo. 1990. Prinsip-prinsip Analisis Ekonomi Gizi. Pusat Antar Universitas. Pangan Dan Gizi, IPB. Bogor.
- Khayati, E. 1994. Berbusana Kreatif dan Hemat Sebagai Bagian Dari Pendidikan Konsumen. Karya Ilmiah. Tidak dipublikasikan. Jurusan PKK. FPTK IKIP Yogyakarta.
- Mangkunegara, P.A.A.A. 1988. Perilaku Konsumen. PT. Eresco. Bandung.
- MCNeal, J.U. 1973. An Introduction To Consumer Behavior Publishing Company Inc. Massachusetts, USA.
- Suryono, S. 1978. Pengetahuan Bahan Pangan Khewani. Kanwil Departemen P dan K. DIY.
- Soediyono, R. 1989. Ekonomi Mikro, Perilaku Harga Pasar Dan Konsumen. Liberty. Yogyakarta.
- Sudaryati, S. 1990. Teknik Berkonsumsi Daging. Karya Ilmiah. Tidak dipublikasikan. Jurusan PKK. FPTK IKIP Yogyakarta.
- Swasta, B. D. H. 1984. Azas-azas Marketing. Liberty. Yogyakarta.
- Tjahyaningsih, P. Tanpa Tahun. Paket Kuliah Pendidikan Konsumen. PKK. FPTK. IKIP. Yogyakarta.
- Tomasoa, C. W. J. dan Djumari, S. 1979. Bahan Pangan dan Hasil Olahannya. Departemen P dan K.
- Winarno, F. G. , Srikandi, F., dan Dedi, F. 1980. Pengantar Teknologi Pangan. Gramedia Jakarta.