

PENDIDIKAN KONSUMEN

Sri Wening
(riwening@yahoo.co.id)

PTBB FT UNY

Pertemuan 1

SIAPAKAH KONSUMEN?

● Konsumen yang baik:

- * Sadar ketika membeli
- * Sadar ketika menggunakan barang dan jasa
- * Sadar ketika membuang bekas penggunaan barang yang dibeli

“MATA SEORANG KONSUMEN”

Definisi Pendidikan Konsumen

consumer education is the process of gaining the knowledge and skills to manage personal resources and to participate in social, political and economic decisions that affect individual well being and the public good”



PENDIDIKAN KONSUMEN

Proses memperoleh ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengatur sumber daya konsumen dan mengambil tindakan untuk mempengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen serta berperan serta dalam masyarakat



Tiga Konsep Dalam Definisi Pendidikan Konsumen

- Pengaturan keuangan personal
- Pilihan konsumen dan pembuatan keputusan
- Partisipasi warganegara dalam pangsa pasar

Pengaturan Keuangan Personal

1. Pendapatan, penggunaan, menabung, dan investasi uang
2. Membeli dan menggunakan barang/jasa
3. Penganggaran dan penyimpanan
4. Penggunaan kredit konsumen dan menghindari masalah kredit
5. Asuransi hidup, kesehatan, kekayaan, pajak
6. Pendidikan, keterampilan untuk mencari kerja dan pendapatan
7. Konservasi sumber lingkungan, penggunaan dan pengaturan



Pilihan Konsumen dan Pembuatan Keputusan

1. Kebutuhan dan keinginan personal dan sosial, nilai-nilai dan tujuan
2. Lingkungan ekonomi, sosial/kultur dan politik
3. Dampak teknologi terhadap pilihan konsumen
4. Kemudahan informasi, biaya dan kegunaan
5. Etika tingkah laku pasar dari produsen dan konsumen
6. Masalah ekonomi seperti kemiskinan, pengangguran, biaya kesejahteraan
7. Masalah kesehatan dan keamanan



Partisipasi Warga Dalam Pangsa Pasar

1. Hukum perlindungan konsumen
2. Hak dan tanggung jawab konsumen, produsen dan pemerintah
3. Ketegasan perbaikan konsumen dan strategi tindakan
4. Organisasi konsumen dari individual ke aksi kelompok
5. Agen dan sumber bantuan



Pentingnya Pendidikan Konsumen

1. Ekonomi global yang memfungsikan seseorang sebagai produsen dan konsumen
2. Meningkatnya teknologi maju dalam kehidupan
3. Perubahan cara hidup (hasrat bekerja, peningkatan pendapatan, perubahan pola konsumsi, jumlah anak)
4. Kepedulian dan tanggung jawab sosial
5. Kekuatan dan perhatian pasar yang diberikan pada seseorang



Tujuan Pendidikan konsumen

1. Meningkatkan kesadaran menjadi konsumen terdidik dan bertanggung jawab
2. Menambah pengetahuan untuk bertindak sebagai konsumen terdidik
3. Membina keterampilan agar dapat berfungsi sebagai konsumen terdidik dan bertanggung jawab
4. Bertindak sebagai konsumen terdidik, terpelajar dan bertanggung jawab
5. Membangun pengertian fungsi sosial berperanan bagi lingkungan masyarakat dan khususnya konsumen



Sasaran Utama Mempelajari Pendidikan Konsumen

1. Membina kecakapan seseorang dalam membeli barang, sehingga dapat mengatur keuangan, mampu meningkatkan penghasilan, dan memberi petunjuk tentang perlindungan hukum atas milik seseorang
2. Memberi petunjuk untuk dapat memahami keadaan ekonomi konsumen berada
3. Mengikutsertakan konsumen untuk mengetahui dan mengerti tentang situasi ekonomi serta efeknya bagi kehidupan



Manfaat Pendidikan Konsumen

1. Berfikir kritis untuk membantu konsumen lebih efisien di pangsa pasar
2. Menanamkan keterampilan hidup untuk sukses
3. Meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian
4. Membantu nilai penerimaan secara luas
5. Memperbaiki kualitas hidup



Konsumen Terdidik dan Bertanggung Jawab

1. Ketika membeli mempertanyakan dari aspek ekonomi
2. Ketika membeli mempertanyakan dari aspek lingkungan
3. Ketika membeli mempertanyakan dari aspek kesehatan dan keamanan
4. Ketika membeli mempertanyakan dari aspek hukum

Nilai Kehidupan Yang Terkandung dalam Pendidikan Konsumen

- ❖ Kesadaran diri (kebutuhan dan keinginan)
- ❖ Tanggung jawab (membayar rekening, pajak)
- ❖ Hidup hemat (menabung)
- ❖ Hidup sederhana (sewajarnya)
- ❖ Bijaksana (memilih ketika membeli)
- ❖ Hidup bertujuan (menganggarkan uang dalam kehidupannya)

The background of the slide features a light beige, marbled paper texture. On the left side, there is a vertical stem with a large, dried, brownish leaf. A horizontal stem with a smaller, similar dried leaf extends from the bottom towards the right side of the slide.

PENDIDIKAN KONSUMEN

PTBB FT UNY
Pertemuan 2

KARAKTERISTIK KONSUMEN

- Sifat konsumen: wanita dan pria
- Jenis konsumen
 1. Konsumen pribadi
 2. Konsumen lembaga
 - a. Konsumen komersial
 - b. Konsumen industri
 - c. Konsumen sosial
- Tipe konsumen: berpenghasilan rendah, menengah, dan tinggi



Hak-hak Konsumen dalam UUPK UU no 8 Psl 4 Thn 1999

- 1.Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa.
- 2.Hak memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3.Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- 4.Hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.



Lanjutan Hak-hak Konsumen

5. Hak mendapat advokasi mengenai perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.



TANGGUNG JAWAB KONSUMEN

1. Memiliki kesadaran kritis
2. Bertindak untuk memperoleh keadilan
3. Kepedulian sosial
4. Kesadaran akan lingkungan hidup yang sehat
5. Setiakawan sesama konsumen

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Usaha untuk melindungi konsumen dari produsen yang merugikan atau usaha penipuan

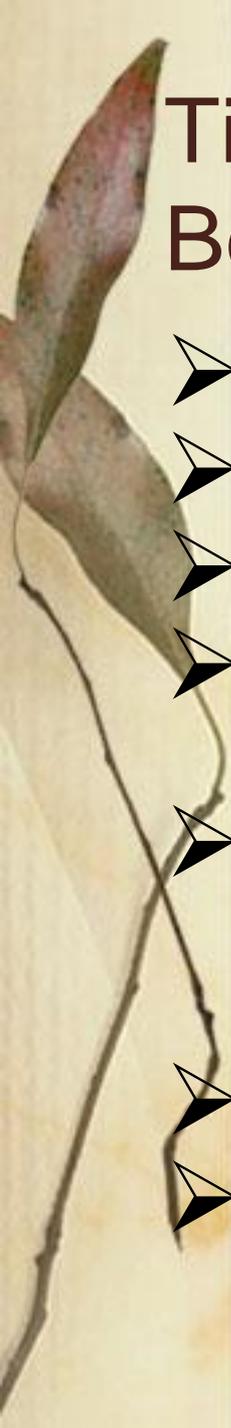
BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Gerakan konsumen perorangan
2. Pihak pemerintah yang membantu konsumen
3. Produsen yang memberi bantuan
4. Gerakan konsumen dalam hubungan lembaga/organisasi



TINDAKAN KONSUMEN PERORANGAN

- Lihat dan periksa dengan kritis
- Baca label, merek dan iklan dengan kritis
- Bandingkan harga-harga
- Tetapkan prioritas kebutuhan
- Gunakan secara hemat dan cermat
- Manfaatkan yang masih ada kalau dapat
- Gunakan untuk hal-hal yang bermanfaat bagi sesama



Tindakan Konsumen Secara Berkelompok

- Lakukan evaluasi bersama
- Lakukan pengujian
- Sebarkan informasi hasil pengujian
- Adakan musyawarah untuk bersikap dan bertindak
- Tetapkan peran untuk menyeimbangkan keadaan pasar barang, jasa, dan alam lingkungan
- Ambil tindakan yang tegas
- Biasakan bekerjasama sebagai kelompok



LIMA SOKOGURU GERAKAN KONSUMEN

1. Mempedulikan masyarakat
2. Melindungi bumi
3. Mengetahui hak-haknya
4. Memperjuangkan keadilan
5. Menggalang kekuatan



Kasus Penerapan Hak-hak Konsumen, Tanggung Jawab, Perlindungan Konsumen dalam Kehidupan

- Berdasarkan kasus, mahasiswa diminta untuk mendiskusikan dan menganalisa
 - a. Bagaimana semestinya proses jual beli dilakukan agar hak-hak tidak dilanggar, kewajiban konsumen diterapkan dan perlindungan konsumen terjaga
 - b. Apa penyebabnya dari sisi konsumen dan produsen kerugian terjadi
 - c. Apa yang sebaiknya dilakukan setelah mengetahui penyebab kerugian terjadi
 - d. Tindakan apa yang dilakukan untuk membantu penyelesaian masalah

Nilai Kehidupan Yang Terkandung dalam Pendidikan Konsumen

- ❖ Kesadaran diri (kebutuhan dan keinginan)
- ❖ Tanggung jawab (membayar rekening, pajak)
- ❖ Hidup hemat (menabung)
- ❖ Hidup sederhana (sewajarnya)
- ❖ Bijaksana (memilih ketika membeli)
- ❖ Hidup bertujuan (menganggarkan uang dalam kehidupannya)



SPEKIFIKASI BARANG

Pendidikan Konsumen

Pertemuan ke 5

PTBB FT UNY



Pengertian spesifikasi/karakteristik produk

adalah nama/merek, sifat khas
setiap jenis barang dan
kegunaan khas setiap jenis
barang



Cara Mengenal Karakteristik Produk

- Kemasan
- Label

Manfaat Kemasan adalah

1. Teratur
2. Rapi
3. Promosi



TUJUAN PENGEMASAN

- Mengurangi kerusakan akibat kontaminasi
- Melindungi isi dari kotoran, serangga agar tidak mudah busuk
- Memudahkan barang disimpan, dihitung, dan diatur
- Menarik konsumen untuk membeli

Persyaratan Bahan Kemasan

- Dapat melindungi mutu dlm waktu lama
- Tidak mudah terpengaruh udara
- Tidak merubah warna, rasa dan isi
- Tidak bereaksi dengan barang utama
- Tidak mudah bocor dan tahan panas
- Tidak menghisap air dan lemak
- Tahan benturan dan tekanan

MACAM-MACAM KEMASAN

- ✓ Karung (blacu, goni, plastik)
- ✓ Kertas kaca yang dilapisi lilin
- ✓ Karton
- ✓ Peti dari kayu
- ✓ Plastik (selopahan dan bening)
- ✓ Edible film
- ✓ Kaleng
- ✓ Kaca (gelas dan botol)

LABEL DALAM KEMASAN

FUNGSI

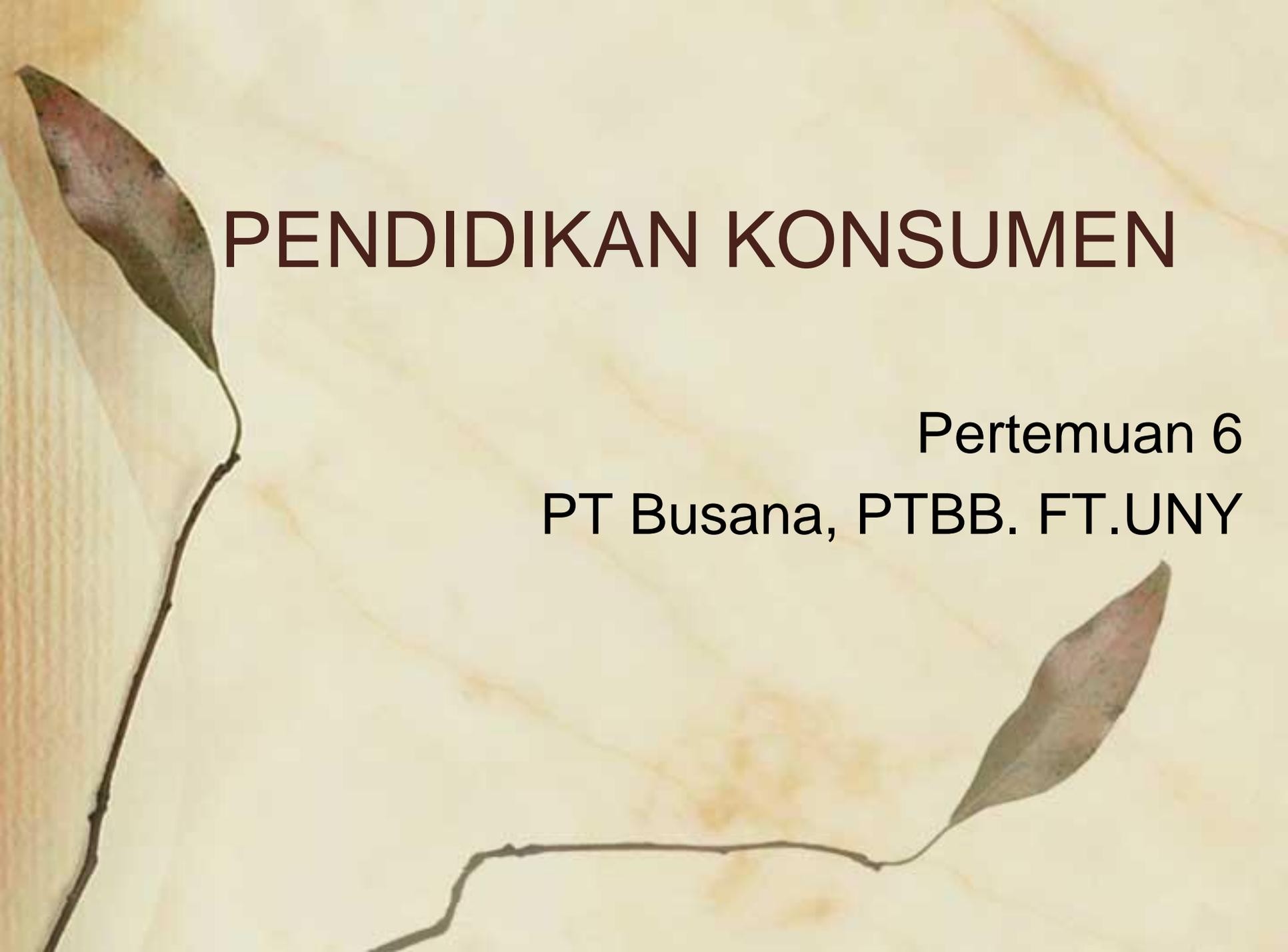
- ❖ Bentuk perlindungan pemerintah
- ❖ Keterangan dari produsen
- ❖ Jaminan tidak berbahaya
- ❖ Alat promosi bagi produsen

SPEKIFIKASI LABEL

- Nama barang, alamat, merek dagang
- Nomor register, Nomor produksi
- Komposisi, kepekaan dan sifat bahan
- Cara pemakaian, tanggal kadaluwarsa
- Peringatan thd akibat sampingan
- Cara penyimpanan dan pemeliharaan
- Peringatan (awas dan tanda)
- Netto
- Label Halal
- Call Center
- BPOMRI

TANDA-TANDA BARANG PALSU

- Harga jauh lebih murah
- Merek dicetak tidak jelas
- Warna samar-samar
- Ejaan tulisan tidak sempurna
- Alamat produsen tidak jelas
- Tidak nomor kode dan pendaftaran
- Label pada barang berbeda



PENDIDIKAN KONSUMEN

Pertemuan 6
PT Busana, PTBB. FT.UNY



Standar Nasional Indonesia

Yaitu

Tanda sertifikasi yang merupakan suatu tanda yang dibubuhkan pada produk, kemasan atau label yang menyatakan bahwa produk tersebut memenuhi persyaratan standar atau spesifikasi teknis tersebut



Makna wujud sertifikasi SNI

adalah suatu upaya dari pemerintah, organisasi pengusaha serta organisasi terkait, untuk memberikan suatu pengakuan tentang suatu kualitas barang atau hasil industri.



Bentuk pengakuan SNI

1. Memberi informasi yang jelas dan terinci kepada konsumen tentang kualitas produksi industri tertentu
2. Memberikan atau menumbuhkan keyakinan konsumen bahwa barang yang dikonsumsi itu sesuai dengan keinginan baik dari segi kualitas, ketepatan ukuran serta kebenaran

Lanjutan

unsur-unsur atau atau komponen yang tertera dalam label barang tersebut.

3. Memberi atau menumbuhkan keyakinan bahwa barang yang dikonsumsi itu terjamin dan tidak berbahaya terhadap kesehatan dan keselamatan pihak konsumen



Jenis-jenis SNI

pasal 9 PP No.15 Tahun 1991

1. SNI bersifat wajib; yaitu SNI yang dibebankan kepada produsen yang menghasilkan produk barang tertentu yang berhubungan dengan kepentingan keselamatan dan kesehatan konsumen, pemakai produk atau masyarakat, disebut dengan SNI wajib



Lanjutan

2. SNI bersifat sukarela: suatu standar yang penerapannya semata-mata didasarkan pada keinginan atau kemauan secara sukarela dari pihak produsen untuk mengajukan permohonan standar kualitas dalam bentuk sertifikat SNI

Contoh penerapan SNI

- UU No 23 thn 1992 tentang kesehatan psl 21: pengamanan makanan dan minuman yang dikemas wajib diberi tanda atau label
- UU No 23 thn 1992 psl 4 dan 5 tentang kesehatan: setiap orang mempunyai hak yang sama dalam memperoleh derajat kesehatan yang optimal dan setiap orang berkewajiban untuk ikut serta dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan perorangan, keluarga dan lingkungan

Penggolongan SNI

- Sertifikasi sistim mutu
- Sertifikasi produk
- Sertifikasi hasil uji
- Sertifikasi inspeksi teknis
- Sertifikasi personil



Tujuan Penerapan SNI

1. Usaha untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan mantap, SNI sebagai alat kebijakan yang efektif untuk pengembangan pembangunan nasional
2. Memberikan perlindungan kesehatan dan keselamatan kepada konsumen, tenaga kerja dan masyarakat, mewujudkan jaminan mutu dan atau jasa serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha

Tujuan SNI

pasal 4 PP No. 15 thn 1991

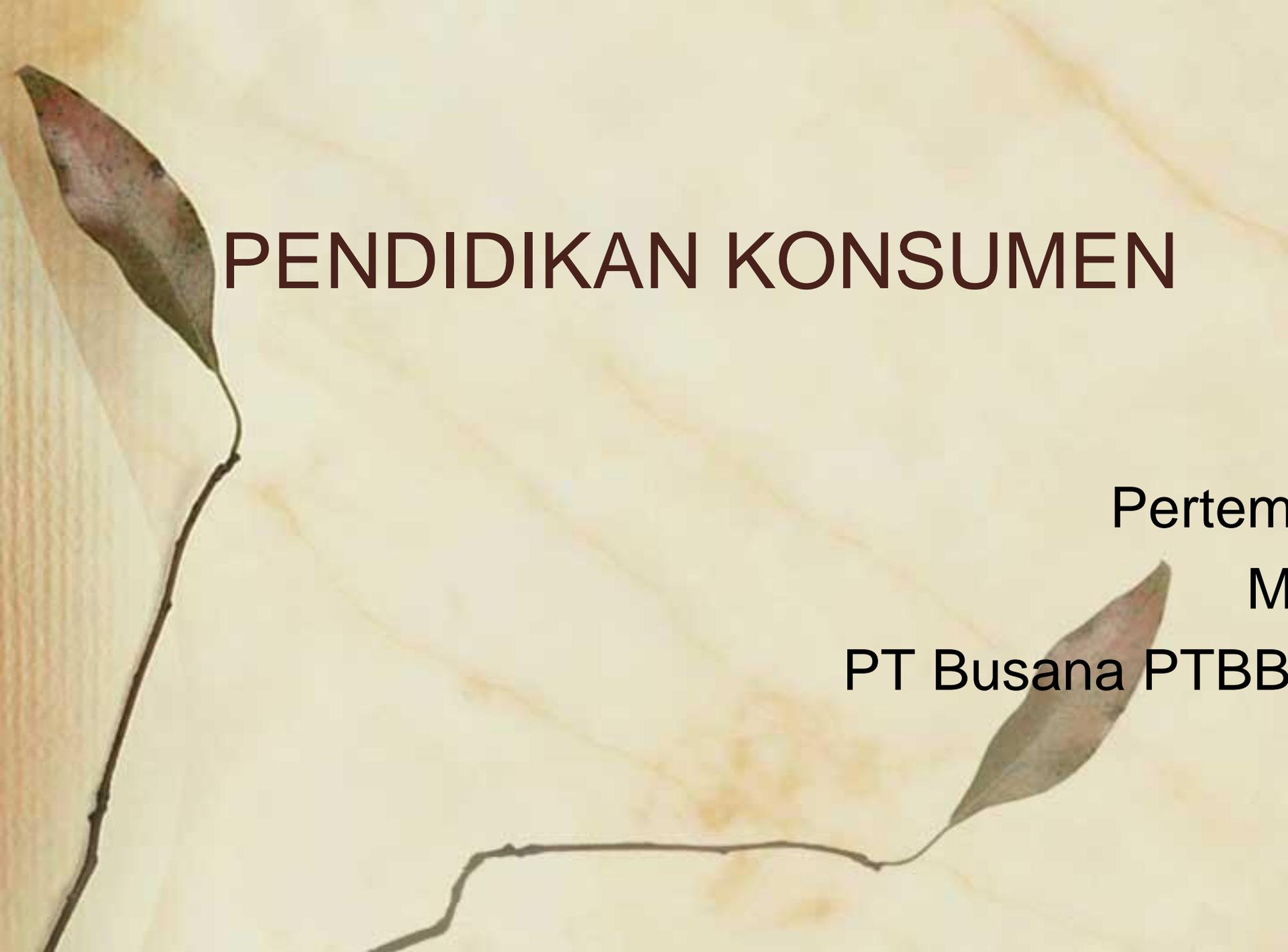
1. Memberikan perlindungan kepada konsumen, tenaga kerja dan masyarakat baik dalam keselamatan maupun kesehatan
2. Mewujudkan jaminan mutu dengan memperhatikan sektor-sektor yang terkait
3. Mewujudkan daya guna, hasil guna dan produktivitas dalam mencapai mutu produk dan atau jasa yang memenuhi standar
4. Mewujudkan tercapainya persaingan yang sehat dalam perdagangan
5. Menunjang kelestarian lingkungan hidup

Peranan SNI bagi konsumen

- Memberikan perlindungan bagi konsumen atau proteksi terhadap setiap upaya yang dilakukan pengusaha yang akan merugikan konsumen, dan sebagai guiding line agar selektif dan berhati-hati dalam mengkonsumsi produk tertentu sehingga secara preventif dapat terhindar

Lanjutan

- Menumbuhkan kepercayaan konsumen bila tercipta secara kondusif iklim yang memungkinkan konsumen bisa memenuhi atau menikmati kepentingan atas barang dan jasa yang secara kualitatif dapat dipertanggung jawabkan dan secara kuantitatif produk yang dikonsumsi sesuai dengan ukuran, kemampuan, kapasitas dan karakteristik



PENDIDIKAN KONSUMEN

Pertem

M

PT Busana PTBB



Definisi Meterologi

Meterologi adalah

ilmu pengetahuan tentang
ukur mengukur secara luas



Meterologi Legal

Undang-Undang RI Nomor 2 Thn 1981

Meterologi legal adalah meterologi yang mengelola satuan-satuan ukuran, metode-metode pengukuran dan alat-alat ukur, yang menyangkut persyaratan teknik dan peraturan berdasarkan Undang-undang yang bertujuan melindungi kepentingan umum dalam hal kebenaran pengukuran



Tujuan Meterologi

Memberikan perlindungan dan pengabdian kepada umum dalam hal pengawasan dan kebenaran pengukuran

Satuan Ukuran Berdasarkan Sistem internasional (SI)

Panjang	= meter (m)
Massa	= kilogram (kg)
Waktu	= sekon (s)
Arus listrik	= ampere (A)
Temperatur	= kalvin (k)
Satuan berat cahaya	= kandela (cd)
Satuan besaran kuantitas zat	= mole (mol)

UTTP

Ukuran Takaran Timbangan dan Perlengkapannya

1. Timbangan dacin
2. Timbangan duduk
3. Timbangan Emas
4. Timbangan gantung
5. Timbangan pir



PENDIDIKAN KONSUMEN MASALAH IKLAN

PT BUSANA PTBB
FT UNY



IKLAN

Merupakan kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara lisan atau dengan penglihatan tentang suatu produk, jasa atau ide

Macam-macam Iklan

- Iklan langsung : buku, mesin
- Iklan tak langsung: sampo, sabun dll
- Iklan sugesti: poster jam, rokok
- Iklan didaktis; genting, AC
- Iklan perkenalan: barang-barang baru
- Iklan persaingan: detergent
- Iklan kolektif: hotel = biro perjalanan

Pendekatan Iklan

- Faktor psikologis
 - percaya diri, penarikan emosional
 - sugesti
- Faktor sosiologis
 - Ingin disanjung
 - ingin meniru
 - ingin kelihatan menonjol
 - ingin dihargai

Cara mempengaruhi

- Melihat
- Mendengar
- Membaca
- Tester

MEDIA IKLAN:

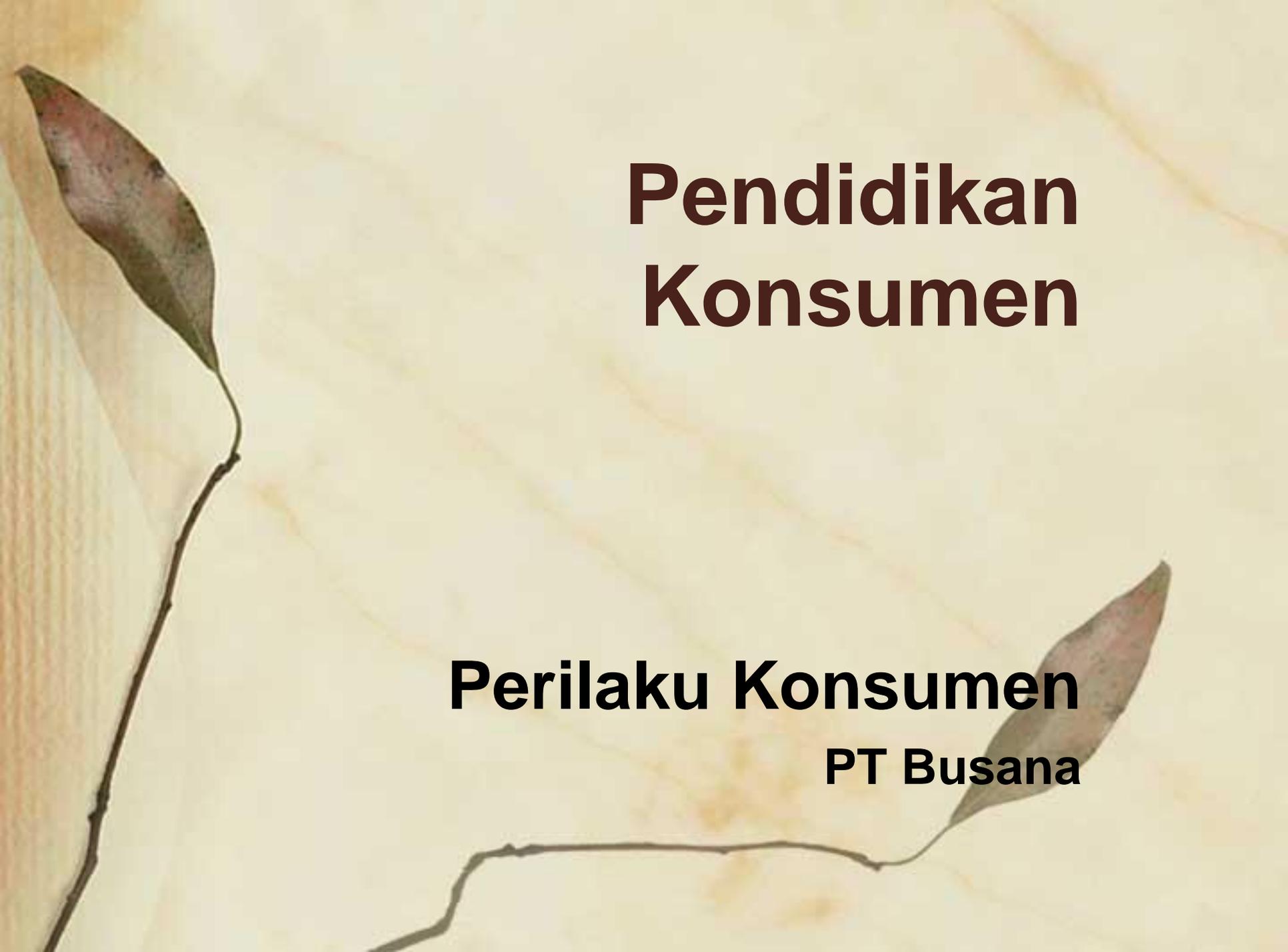
Majalah, surat kabar, papan reklame (spanduk, mural, baliho), surat selebaran, slide, radio, televisi, film, alat transportasi, internet, sms, tempat

BENTUK TRICK IKLAN

- Discount
- Lotre
- Hadiah (bonus, voucer)
- Etalase
- Menurunkan harga
- Demo produk
- Merek yang mirip
- Kuis
- Penukaran produk lama ke baru

TUGAS KELOMPOK

- IDENTIFIKASI PENGARUH POSITIF DARI IKLAN
- IDENTIFIKASI PENGARUH NEGATIF DARI IKLAN
- CARI SOLUSI DALAM MENSIASATI IKLAN
- Susunlah laporan kelompok saudara dengan urutan sebagai berikut: Contoh media iklan dengan mengacu pada macam-macam iklan, pendekatan iklan dan bentuk trick dalam iklan, pengaruh positif iklan, pengaruh negatif dan solusi untuk menghindari pengaruh iklan.



Pendidikan Konsumen

Perilaku Konsumen

PT Busana

Perilaku konsumen

- Proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu tentang menilai, memperoleh dan menggunakan komoditi barang dan jasa (London dan Della Bitta, 1984).

Pengambilan Keputusan

- Suatu proses yang terdiri dari kegiatan merumuskan tujuan, kebutuhan, dan atau keinginan setelah menerima pengaruh, mempertimbangkan dan menetapkan pilihan barang dan jasa yang dibeli serta dimanfaatkan

Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

- Pertimbangan teknis yang lebih mengutamakan ketepatan dan kemudahan (efektivitas)
- Nilai ekonomis (efisiensi)
- Pertimbangan gizi, kesehatan, kenyamanan, agronomic (peningkatan produktivitas kerja)
- Pertimbangan status sosial, lingkungan, budaya, dan agama
- Kombinasi keputusan pertimbangan di atas

Empat Pola Pengambilan Keputusan

- Dominasi isteri (wife dominant)
- Dominasi suami (husband dominant)
- Sepihak oleh isteri atau suami (autonomic)
- Bersama/kesepakatan oleh isteri atau suami (syncrotic)

Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

- Intuisi atau perasaan
- Rasional
- Fakta
- Pengalaman
- Wewenang (Ibnu Syamsi, 1995)

Kategori Pengambilan Keputusan

- ❖ Substansi tujuan
- ❖ Langkah dan alat mencapai tujuan
- ❖ Administrasi rutin dan aplikasi kegiatan
- ❖ Suatu kepastian ad hoc (Katz & Khan)



Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

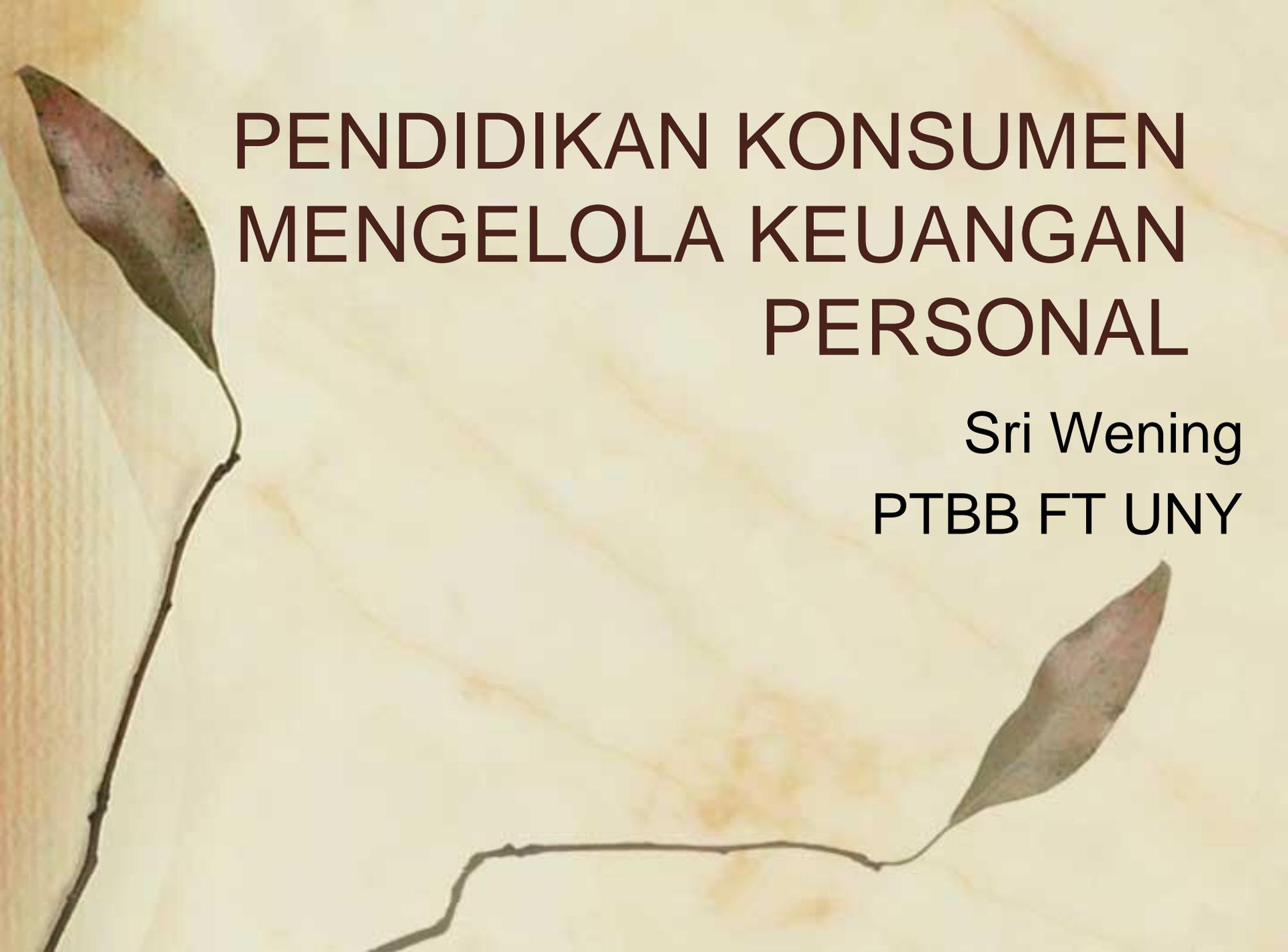
- Nilai budaya
- Karakter keluarga
- Kekuatan sosial
- Kekuatan psikologis
- Kepuasan

PROSES KEPUTUSAN MEMBELI

- Problem recognition
- Information search
- Evaluation of alternative
- Purchase decision
- Post purchase behavior (Philip Kotler)

TUGAS IMPLEMENTASI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN

- Produk busana dan perlengkapannya
- Produk makanan dan minuman
- Produk kosmetika
- Produk peralatan rumah tangga
- Pendidikan



PENDIDIKAN KONSUMEN MENGELOLA KEUANGAN PERSONAL

Sri Wening
PTBB FT UNY

TAHAP MENGELOLA KEUANG PERSONAL

- Merencanakan penggunaan uang
- Pelaksanaan penggunaan uang
- Penilaian penggunaan uang

Hal-hal Penting dalam Penyusunan rencana penggunaan uang

- Anggaran belanja merupakan hasil perundingan anggota keluarga sehingga setiap anggota mengetahui jumlah penghasilan (perencanaan)
- Rencana penggunaan uang harus fleksibel sesuai kebutuhan, keadaan, keinginan, dan kepentingan (pelaksanaan)
- Rencana penggunaan uang harus realistis sesuai dengan penghasilan sebagai kontrol jumlah uang yang

Langkah-langkah menyusun rencana penggunaan uang

- Melakukan inventarisasi kebutuhan
- Membuat daftar barang dalam waktu anggaran tertentu
- Mengelompokkan kebutuhan berdasarkan skala prioritas
- Setiap barang ditentukan macam, jumlah dan harga satuan
- Checking keseimbangan pengeluaran dan pendapatan

KEUNTUNGAN MEMBUAT RENCANA PENGGUNAAN UANG

- MENGHINDARI PEMBOROSAN PENGELUARAN YANG KURANG EKONOMIS
- MENGETAHUI KESEIMBANGAN UANG MASUK DAN KELUAR UNTUK MEMUDAHKAN PENGAWASAN
- MENGETAHUI DENGAN CEPAT UNTUK APA SAJA UANG YANG DIKELUARKAN

PELAKSANAAN PENGUNAAN UANG

MENGONTROL DAN MENYESUAIKAN ANGGARAN KEUANGAN

Cara yang digunakan:

1. Membuat pembukuan
2. Sistem amplop
3. Menggunakan tata buku

PENGONTROLAN PENGELUARAN UANG

- **SISTEM MENTAL:** merealisasi seberapa besar anggaran diwujudkan barang
- **SISTEM MEKANIS:** menyisihkan sejumlah uang untuk menabung

KONSEP BELANJA HEMAT, CERDAS DAN BIJAKSANA

- Pembuatan rencana belanja
- Pemilihan tempat belanja
- Tip-tip belanja hemat
- Belanja barang yang sedang trend
- Belanja barang sesuai kebutuhan dan kepuasan konsumen
- Belanja sesuai dengan karakteristik barang

PENERAPAN BELANJA BERKUALITAS

- Pemilihan, evaluasi, dan penentuan bahan produk busana kosmetik, makanan, alat RT serta lenan RT
- Pemilihan dan penentuan tempat belanja
- Implementasi hak konsumen
- Perlakuan saat berbelanja: pemilihan tempat, perbandingan harga, cheking produk,

The background of the slide features a light beige, marbled paper texture. On the left side, there is a vertical stem with a single, elongated, dried leaf. A similar stem and leaf are positioned horizontally at the bottom of the slide. The text is centered and overlaid on this background.

PENDIDIKAN KONSUMEN

Pertemuan 1

Konsumen dan UUPK

Sri Wening
PTBB FT UNY

SIAPAKAH KONSUMEN?

● Konsumen yang baik:

- * Sadar ketika membeli
- * Sadar ketika menggunakan barang dan jasa
- * Sadar ketika membuang bekas penggunaan barang yang dibeli

“MATA SEORANG KONSUMEN”



PERLUNYA PEMBERDAYAAN
KONSUMEN

MELALUI

PENDIDIKAN KONSUMEN

Seperti yang tertuang dalam “UUPK”

Definisi Pendidikan Konsumen

consumer education is the process of gaining the knowledge and skills to manage personal resources and to participate in social, political and economic decisions that affect individual well being and the public good”



Hak-hak Konsumen dalam UUPK UU no 8 Psl 4 Thn 1999

- 1.Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan jasa.
- 2.Hak memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3.Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- 4.Hak didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.



Lanjutan Hak-hak Konsumen

5. Hak mendapat advokasi mengenai perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.



TANGGUNG JAWAB KONSUMEN

1. Memiliki kesadaran kritis
2. Bertindak untuk memperoleh keadilan
3. Kepedulian sosial
4. Kesadaran akan lingkungan hidup yang sehat
5. Setiakawan sesama konsumen

PERLINDUNGAN KONSUMEN

Usaha untuk melindungi konsumen dari produsen yang merugikan atau usaha penipuan

BENTUK PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Gerakan konsumen perorangan
2. Pihak pemerintah yang membantu konsumen
3. Produsen yang memberi bantuan
4. Gerakan konsumen dalam hubungan lembaga/organisasi



TINDAKAN KONSUMEN PERORANGAN

- Lihat dan periksa dengan kritis
- Baca label, merek dan iklan dengan kritis
- Bandingkan harga-harga
- Tetapkan prioritas kebutuhan
- Gunakan secara hemat dan cermat
- Manfaatkan yang masih ada kalau dapat
- Gunakan untuk hal-hal yang bermanfaat bagi sesama

Tindakan Konsumen Secara Berkelompok

- Lakukan evaluasi bersama
- Lakukan pengujian
- Sebarkan informasi hasil pengujian
- Adakan musyawarah untuk bersikap dan bertindak
- Tetapkan peran untuk menyeimbangkan keadaan pasar barang, jasa, dan alam lingkungan
- Ambil tindakan yang tegas
- Biasakan bekerjasama sebagai kelompok



LIMA SOKOGURU GERAKAN KONSUMEN

1. Mempedulikan masyarakat
2. Melindungi bumi
3. Mengetahui hak-haknya
4. Memperjuangkan keadilan
5. Menggalang kekuatan



Kasus Penerapan Hak-hak, Tanggung Jawab dan Perlindungan Konsumen

Buatlah makalah laporan tentang berbagai macam kasus yang dialami konsumen karena kelalaiannya tidak menerapkan hak-hak konsumen, tanggung jawab konsumen dan perlindungan konsumen yang dialami konsumen (pilih salah satu), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Urut-urutan isi makalah

1. Tetapkan topik

1. Buatlah latar belakang masalah

2. Buatlah rumusan masalah/kasus

3. Buatlah pembahasan makalah/teori

4. Buatlah berbagai alternative analisis penyebab dan akibat kasus

- 
7. **Berikan berbagai manfaat** yang diberikan berdasarkan **alternative solusi pemecahan**
 8. Buatlah **kesimpulan**
 9. Hasil makalah tersebut akan **dipresentasikan** minggu depan tanggal 21 September



● **Tetapkan topik** makalah saudara berdasar hasil melakukan survey untuk mengetahui, mengenali, dan mengumpulkan informasi tentang kasus/permasalahan konsumen yang disebabkan oleh implementasi hak-hak konsumen, tanggung jawab konsumen dan perlindungan konsumen.

- 
- Buatlah **latar belakang masalah** yang diakibatkan oleh implementasi hak-hak konsumen, tanggung jawab konsumen dan perlindungan konsumen.
 - Buatlah **rumusan masalah/kasus** yang akan saudara kembangkan dalam makalah yang sesuai dengan topic saudara