

LAPORAN PENELITIAN



**PENILAIAN TERHADAP IMPLEMENTASI HAK DAN KEWAJIBAN
DALAM KONTEKS PERLINDUNGAN KONSUMEN
OLEH MAHASISWA PTBB FT UNY**

Oleh:

Dr. Sri Wening, M.Pd

Dibiayai oleh Dana DIPA BLU UNY Tahun Anggaran 2011
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian
Dosen Fakultas Teknik UNY Tahun 2011
Nomor: /UN34.15/PL/2011

**FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
TAHUN 2011
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN**

1. Judul Penelitian: Penilaian Terhadap Implementasi Hak dan Kewajiban Dalam Konteks Perlindungan Konsumen oleh Mahasiswa PTBB FT UNY
2. Ketua Pelaksana Penelitian :
 - a. Nama : Dr. Sri Wening, M.Pd
 - b. NIP : 195706081983032002
 - c. Pangkat/Golongan : Pembina Tk 1/IV b
 - d. Jabatan : Lektor Kepala
 - e. Pengalaman di Bidang Penelitian : Pendidikan
 - f. Fakultas/Jurusan : FT/ Pendidikan Teknik Boga dan Busana
 - g. Bidang Keahlian : Pendidikan Konsumen
 - h. Universitas : UNY
 - i. Waktu Penelitian : 6 bulan
3. Jenis Penelitian : Mandiri
4. Jumlah Tim Peneliti : 1 orang
5. Jangka Waktu Penelitian : 6 bulan
6. Bidang Ilmu : Pendidikan
7. Lokasi Penelitian : PTBB FT UNY
8. Kerjasama :
 - a. Nama Instansi :
 - b. Alamat :
9. Biaya Yang Diperlukan : Rp 5.000.000

Yogyakarta, 18 November 2011

Mengetahui
Dekan 1 FT

Peneliti

Dr. Moch. Bruri Triyono
NIP 1956021619861003

Dr. Sri Wening, M.Pd
NIP 195706081983032002

DPP Jurusan PTBB

Dr. Endang Mulyatiningsih, M.Pd
NIP: 196301111988122001

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa bahwasanya penelitian yang berjudul “Penilaian Terhadap Implementasi Hak dan Kewajiban Dalam Konteks Perlindungan Konsumen Mahasiswa PTBB FT UNY” ini telah dapat diselesaikan dengan baik.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Yogyakarta
2. Dekan FT UNY
3. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kritik dan saran hingga selesainya penelitian ini

Semoga atas segala budi baik dari berbagai pihak tersebut mendapatkan berkah yang berlimpah dari Tuhan, dan semoga penelitian ini bermanfaat khususnya bagi dunia pendidikan dan siapa saja yang berkenan membacanya. Amien.

Yogyakarta, November 2011

Peneliti

Dr. Sri Wening, M.Pd.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Identifikasi Masalah	3
C.Pembatasan Masalah	4
D.Rumusan Masalah	4
E.Tujuan Penelitian	5
F.Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	6
A.Kajian Teoritik	6
B.Kerangka Berpikir	17
C.Pertanyaan Penelitian	18
BAB III. METODE PENELITIAN	19
A.Desain Penelitian	19
B.Prosedur Penelitian	19
C.Populasi dan Sampel Penelitian	20
D.Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	20
E.Uji Coba Instrumen	22
F.Teknik Analisis Data	23
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
A. Kesadaran Mahasiswa Mengimplementasikan Hak- Hak Konsumen	24
B. Kesadaran Mahasiswa untuk Melakukan Kewajiban	

Konsumen	27
C. Kesadaran Mahasiswa untuk Melakukan Gerakan	
Perlindungan Konsumen Perorangan/pribadi	29
D. Kesadaran Mahasiswa untuk Melakukan Pengaduan	31
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	33
BAB. V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	39
A.Kesimpulan	39
B.Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Kisi-kisi instrumen variabel Perlindungan Konsumen	21
2. Implementasi Hak-Hak Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB.	25
3. Implementasi Hak Konsumen oleh Mahasiswa Ditinjau dari Program Studi	25
4. Tingkat Implementasi Hak-hak Konsumen Ditinjau dari Program Studi	26
5. Implementasi Kewajiban Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB	27
6. Kesadaran Mahasiswa Melakukan Kewajiban Konsumen	28
7. Tingkat Implementasi Kewajiban Konsumen Ditinjau dari Program Studi	29
8. Implementasi Gerakan Perlindungan Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB	29
9. Kesadaran Mahasiswa Melakukan Gerakan Perlindungan Konsumen	30
10. Tingkat Implementasi Gerakan Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Program Studi	31
11. Implementasi Mengadu oleh Mahasiswa Jurusan PTBB	31
12. Kesadaran Mahasiswa Melakukan Pengaduan	32
13. Tingkat Implementasi Mengadu Ditinjau dari Program Studi	33

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui (1) kesadaran mahasiswa sebagai konsumen dalam mengimplementasikan hak-hak konsumen ketika berkonsumsi, (2) kesadaran mahasiswa mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen, (3) kesadaran mahasiswa melakukan gerakan perlindungan konsumen perorangan/pribadi, dan (4) kesadaran mahasiswa melakukan pengaduan bila dirugikan.

Pendekatan penelitian adalah survey dengan teknik evaluasi. Populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan PTBB FT UNY yang sudah menempuh mata kuliah pendidikan konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah area stratified random sampling. Jumlah sampel yang terpilih sebanyak 207 mahasiswa dari lima program studi yaitu Pendidikan Teknik Boga, Pendidikan Teknik Busana, Teknik Boga, Teknik Busana, Teknik Rias Kecantikan. Instrumen yang digunakan aspek-aspek hak-hak konsumen, kewajiban konsumen, perlindungan konsumen, dan pengaduan yang diungkap berdasarkan perilaku berkonsumsi. Teknik analisis yang digunakan adalah statistic deskriptif kuantitatif dan kualitatif.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kesadaran mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang/cukup baik, namun masih sangat kecil kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan hak konsumen untuk mendapatkan advokasi (2) kesadaran mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang/cukup baik, namun aspek kewajiban untuk memiliki rasa setia kawan masih tergolong rendah (3) kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen termasuk pada kategori sedang/cukup baik, dan (4) kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan pengaduan bila dirugikan ketika berkonsumsi termasuk pada kategori rendah/kurang baik

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap hari mahasiswa selalu berperan sebagai konsumen barang maupun jasa. Hal itu dilakukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam mengkonsumsi barang dan jasa tentu pernah merasakan adanya kecurangan yang dilakukan oleh produsen. Ini kemudian membuat konsumen kecewa, tidak puas dan bahkan merasa tertipu. Untuk itu perlu kiranya seseorang mengenali dirinya sebagai konsumen, baik dalam hubungannya dengan produsen, maupun kekuatan dan kelemahan di baliknya. Pengenalan terhadap dirinya diharapkan dapat memberikan suatu daya dorong pada konsumen untuk mengetahui martabat, hak dan kewajibannya, serta melaksanakannya secara sepenuhnya dan konsisten. Dari proses pengenalan diri, diharapkan lahirnya suatu kesadaran, bahwa konsumen mempunyai hak-hak, disamping sejumlah kewajiban tentunya.

Banyak kasus, terutama konsumen yang serba rentan, sering merasa ragu untuk menyatakan permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapinya. Bahkan banyak di antara konsumen sering takut untuk mengeluhkannya, hal ini disebabkan karena mempunyai ketergantungan tinggi terhadap jasa yang dibutuhkan. Akibatnya apapun keputusan dan layanan yang diberikan akan diterima begitu saja, sekalipun tidak memuaskan dan hanya disimpan di dada konsumen. Hal itu memang terpaksa dipilih, karena posisi psikologis konsumen sangat lemah.

Kerentanan dari konsumen sering pula dimanfaatkan oleh beberapa produsen untuk mengeruk keuntungan semaksimal mungkin. Namun hal itu tidak harus terjadi, karena sebagai konsumen mempunyai martabat dan hak, disamping sejumlah kewajiban yang telah dijalankan oleh konsumen dalam hubungannya dengan produsen. Permasalahannya sekarang adalah bagaimana hak-hak tersebut dapat diperoleh dan telah dimanfaatkan oleh konsumen/mahasiswa secara baik dan menjadi penekan bagi produsen yang pada akhirnya memberi keserasian hubungan antara produsen dengan konsumen.

Dari sisi konsumen sendiri jelas perlu adanya pendidikan penyadaran akan hak-hak dan kewajiban, karena dalam praktek sehari-hari sering tidak diterapkan, baik karena ketidaktahuan atau keengganan memanfaatkannya. Dipihak lain, masih banyak

produsen yang sering bertindak semena-mena di balik ketidakberdayaan dan ketidaktahuan konsumen tersebut. Meskipun, dalam banyak hal, produsen sebetulnya lebih tahu akan hal itu. Akan tetapi demi untuk memperoleh keuntungan sebanyak mungkin, meskipun sifatnya sesaat, ada produsen yang bertindak di atas ketidakberdayaan konsumen. Pertanyaannya adalah bagaimana dengan mahasiswa PTBB sebagai bagian dari konsumen yang telah memperoleh mata kuliah pendidikan konsumen, apakah mereka telah memanfaatkan hak-haknya sebagai konsumen ketika melakukan konsumsi untuk kebutuhannya sehari-hari?

Berangkat dari banyak kenyataan di lapangan tersebut, pilihan yang paling aman adalah membangkitkan kesadaran masyarakat khususnya mahasiswa selaku konsumen. Tentunya apabila kesadaran itu telah lahir, maka konsumen pun akan menyadari arti sebuah kekuatan yang selama ini mungkin belum banyak mereka jangkau. Transaksi jasa dan barang tidak pernah akan terjadi tanpa adanya konsumen. Bila dipandang dari sistem manajemen modern, keresahan konsumen mempunyai pengaruh yang sangat besar. Oleh karena produsen yang berorientasi pada kepentingan konsumen sajalah yang akan mempunyai daya saing dan daya tahan di pasaran.

Permasalahan berikutnya adalah, apakah mahasiswa sebagai konsumen bisa menggalang kekuatan yang ada dalam dirinya untuk mampu memperoleh barang maupun jasa yang bermutu? Apabila proses penyadaran dan penggalangan kekuatan konsumen berhasil dilakukan, maka ini akan merupakan nilai tersendiri pada kekuatan berunding (*bargaining power*) konsumen, dalam hubungannya dengan produsen ataupun pemerintah. Pada akhirnya akan tercapai keseimbangan kekuatan berunding produsen dengan konsumen. Keseimbangan kekuatan berunding produsen dengan konsumen akan memaksa produsen untuk bersedia memberikan jaminan bagi konsumen. Sehingga dapat diharapkan tidak lagi akan memberikan informasi yang menyesatkan, tidak seimbang, serta memaksakan kehendak produsen terhadap konsumen untuk melindungi konsumen.

Untuk mengatasi hal itu, langkah utama yang sangat mendesak harus dilakukan adalah penting sekali menumbuhkan kesadaran masyarakat/mahasiswa akan kedudukannya sebagai konsumen yang sesungguhnya ini merupakan hak konsumen seperti yang tertuang di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 4). Sesuai dengan maksud dan tujuan perlindungan konsumen adalah memberikan perlindungan terhadap konsumen agar terhindar dari

hal-hal yang merugikan, membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa dalam pemakaian ataupun penggunaan barang dan jasa.

Dengan demikian, untuk mengetahui peranan mata kuliah pendidikan konsumen yang telah diberikan pada semester awal kepada para mahasiswa di jurusan PTBB terhadap cara berkonsumsi mahasiswa, maka perlu adanya penelitian yang dapat mengungkap seberapa jauh kesadaran mahasiswa untuk menggunakan hak dan kewajiban mereka dalam berkonsumsi yang merupakan bentuk perwujudan dari perolehan perlindungan konsumen, melalui 'Penilaian terhadap implementasi hak dan kewajiban dalam konteks perlindungan konsumen oleh mahasiswa jurusan PTBB FT UNY.

B. Identifikasi Masalah

Perlindungan terhadap konsumen di Indonesia tersebar diberbagai peraturan perundang-undangan. Kehadiran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dirasakan sangat penting, mengingat selama ini konsumen selalu berada pada posisi yang lemah ketika berhadapan dengan pelaku usaha. Konsumen merupakan pihak yang menjadi korban sebagai akibat dari ketidakberdayaannya dalam menuntut hak-haknya. Sebab utama dari kelemahan konsumen ini. Adalah karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah. Banyak kasus-kasus dimana konsumen menjadi korban, misalnya kasus biscuit beracun yang banyak memakan korban jiwa. Hukum yang seharusnya berperan dalam melindungi konsumen, ternyata tidak dapat memberikan perlindungan sebagaimana yang diharapkan. Bagaimana dengan tingkat kesadaran dalam berkonsumsi oleh para mahasiswa yang telah memperoleh mata kuliah pendidikan konsumen? Apakah para mahasiswa telah menerapkan hak-haknya dalam melakukan konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan kehidupannya sehari-hari?.

Rendahnya kesadaran konsumen ini menurut hemat peneliti, tidak hanya karena rendahnya pendidikan konsumen, tetapi juga karena hukum positif mengenai perlindungan konsumen belum cukup memadai untuk mendukung penegakan hukum bidang ini. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hokum untuk mmemberikan perlindungan kepada kondumen (Pasal 1 ayat (1) UUPK. Segala upaya yang dilakukan itu, dengan tujuan antara lain 1) meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, 2) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan jasa, 3) meningkatkan pemberdayaan

konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, dan 4) menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Apakah mahasiswa sebagai konsumen telah melakukan kewajibannya sebagai konsumen yang kritis dan bertanggung jawab serta menuntut ganti rugi sebagai wujud untuk menegakkan perlindungan konsumen secara pribadi?

C. Pembatasan Masalah

Upaya perlindungan konsumen memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri melalui pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Perlindungan konsumen dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada memberikan penilaian kepada para mahasiswa jurusan PTBB, dalam melakukan konsumsi untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari, mereka telah menerapkan hak-haknya sebagai konsumen. Selain itu pula, bagaimana para mahasiswa telah melaksanakan kewajibannya sebagai konsumen dalam membentuk kesadarannya untuk mendukung perlindungan konsumen secara pribadi.

D. Rumusan Masalah

Penerapan hak-hak dan kewajiban konsumen mempunyai fungsi strategis dalam pembentukan kesadaran mahasiswa untuk menegakkan perlindungan konsumen secara pribadi agar tidak mengalami kerugian. Dengan mencermati uraian latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kesadaran mahasiswa sebagai konsumen untuk mengimplementasikan hak- hak konsumen ketika berkonsumsi?
2. Bagaimana kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen?
3. Bagaimana kesadaran mahasiswa untuk melakukan gerakan perlindungan konsumen perorangan/pribadi?
4. Bagaimana kesadaran mahasiswa untuk melakukan pengaduan bila dirugikan?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian, maka secara umum penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mahasiswa telah mengimplementasikan hak dan kewajiban dalam konteks perlindungan konsumen sesudah memperoleh mata kuliah pendidikan konsumen. Secara rinci tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kesadaran mahasiswa sebagai konsumen dalam mengimplementasikan hak- hak konsumen ketika berkonsumsi
2. Mengetahui kesadaran mahasiswa mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen
3. Mengetahui kesadaran mahasiswa melakukan gerakan perlindungan konsumen perorangan/pribadi
4. Mengetahui kesadaran mahasiswa melakukan pengaduan bila dirugikan

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh dunia pendidikan khususnya jurusan PTBB, karena merupakan sarana sosialisasi yang prosesnya berlangsung secara formal dalam meningkatkan upaya membangun kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan hak dan kewajiban yang merupakan bentuk perlindungan konsumen secara pribadi sebagai salah satu pendidikan moral. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menanamkan keterampilan hidup mahasiswa sebagai konsumen dalam memperbaiki kualitas hidup mereka ketika menggunakan, serta mengatur keuangan personal sebagai cara terbaik untuk menumbuhkan kesadaran dan perilaku konsumen yang bijaksana di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pemahaman dosen pengampu mata kuliah pendidikan konsumen tentang pengembangan kurikulum menuju *integrated learning*, dan pengembangan jurusan sebagai pusat budaya yang kuat dalam pembentukan perilaku yang bermuara pada pembentukan karakter bangsa. Hasil penelitian akan bermanfaat juga untuk pertimbangan para dosen dalam merekonstruksi mata pelajaran yang diampunya mulai dari pengembangan konstruk, pembuatan modul pembelajaran nilai, dan proses penilaian.

BAB II

KAJIAN TEORI

1. Pengertian dan Batasan Konsumen

Dalam bahasa sehari-hari pengertian konsumen disamakan dengan pemakai barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) memberi pengertian konsumen, adalah setiap orang yang memakai atau menggunakan barang, jasa dan bahan alamiah yang ada di dunia ini, seperti air, udara dan tanah untuk mempertahankan hidupnya (YLKI, 1998). Konsumen menurut pengertian ini, bukan hanya pengguna barang dan jasa yang dihasilkan oleh manusia tetapi juga yang dihasilkan atau disediakan oleh alam.

Pengertian konsumen yang luas, dan tanpa pembatasan ini, apabila terjadi masalah dapat menimbulkan kesulitan. Oleh karena itu hukum memberikan definisi atau pengertian yang jelas tentang siapa yang dimaksud dengan konsumen. Dalam Pasal 1 angka (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan batasan yang jelas, yakni:

”Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan”

Rumusan dari Pasal 1 angka (2) UUPK tersebut membatasi pengertian konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa untuk kepentingan sendiri dan tidak untuk diperdagangkan. Penekanan kata tidak untuk diperdagangkan adalah untuk menunjukkan bahwa kita semua, termasuk produsen adalah konsumen. Dalam penjelasan disebutkan, bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir, yaitu pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

Sesuai dengan konteks permasalahan, disini pembahasan dibatasi hanya pada konsumen yang beritikad baik. Ini didasarkan pada asumsi bahwa hanya konsumen yang beritikad baiklah yang berhak mendapatkan perlindungan hukum. Pada pasal 5 UUPK menyebutkan bahwa salah satu dari kewajiban konsumen adalah ”beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa”. Hukum memberikan perlindungan atas pelaku usaha terhadap tindakan dari konsumen yang beritikad tidak baik seperti yang diatur dalam Pasal 6 huruf (b) UUPK yaitu ” hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak

baik”. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberi kedudukan yang setara antara hak dan kewajiban konsumen dengan hak dan kewajiban pelaku usaha. Di satu pihak, konsumen dituntut beritikad baik ketika melakukan transaksi, dan pada pihak lain pelaku usaha juga dituntut beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Apabila konsumen beritikad tidak baik ketika melakukan transaksi, maka hukum memberikan perlindungan kepada pelaku usaha yang dirugikan sebagai akibat tindakan konsumen tersebut. Demikian juga sebaliknya.

2. Perlindungan Konsumen

Menurut Munir Fuady (1994), bila berbicara tentang perlindungan konsumen (*consumer protection*), berarti berbicara tentang salah satu sisi dari korelasi antara lapangan perekonomian dengan lapangan etika. Banyak kasus-kasus dimana konsumen menjadi korban, misalnya susu bayi yang mengandung bakteri. Kehadiran perlindungan konsumen dirasakan sangat penting, mengingat selama ini konsumen selalu berada pada posisi yang lemah ketika berhadapan dengan pelaku usaha. Konsumen merupakan pihak yang menjadi korban sebagai akibat dari ketidakberdayaannya dalam menuntut hak-haknya. Sebab utama kelemahan konsumen ini, adalah karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah.

Kerugian yang dialami konsumen dalam aktivitas perdagangan digolongkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan nilai moral agama dan moral kemanusiaan. Berdasarkan hal ini, pemerintah telah mengatur hubungan hukum antara konsumen dengan pihak produsen serta pedagang dan penjual dalam menciptakan ketertiban hubungan manusia. Pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah RI mengeluarkan suatu kebijakan baru mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999 (LNRI Tahun 1999 nomor 42, TLNRI Nomor 3821) dalam Pasal 4 dapat dikatakan sebagai salah satu pranata hukum ekonomi yang melengkapi instrumen perlindungan hak-hak konsumen seperti (Kompas, 16 Desember 2002).

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan tujuan sebagai berikut:

- 1). Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

- 2). Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- 3). Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen (Pasal 3 UUPK).

Agar tujuan di atas tercapai, maka kepada konsumen diberikan hak-hak seperti yang tertuang pada Pasal 4 huruf-huruf a,c dan h UUPK. Penjelasan lebih mendalam tentang hak-hak seorang konsumen akan diuraikan sebagai berikut.

3. Hak-Hak Konsumen dan Kewajiban Konsumen

Untuk memperoleh perlindungan konsumen sebagai salah satu pranata hukum ekonomi, maka seorang konsumen dilengkapi instrumen perlindungan hak-hak konsumen. Agar konsumen terhindar dari penipuan dan kekecewaan yang disebabkan oleh proses pembelian, pada saat melakukan belanja hendaknya menyadari akan hak-hak konsumen yang dimiliki dan mengimplementasikannya. sebagai berikut. Di bawah ini akan dijelaskan hak-hak konsumen sebagai berikut dalam Pasal 4 dapat dikatakan sebagai:

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.
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.

Seorang konsumen selain memiliki hak-hak konsumen tersebut diikuti dengan kewajiban dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa (Pasal 5 huruf (a dan b) UUPK).

Seorang konsumen selain memiliki hak-hak konsumen, juga mempunyai kewajiban sebagai seorang konsumen. Adapun kewajiban tersebut sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban seorang konsumen menurut pendapat Tantri (1995), bahwa seorang konsumen memiliki lima prinsip dasar yang merupakan tanggung jawab atau kewajiban sosial konsumen dalam melakukan konsumsi agar perlindungan konsumen dapat terwujud. Lima prinsip dasar tersebut adalah 1) kesadaran kritis, 2) aktivitas dan keterlibatan dalam bertindak, 3) kepedulian sosial, 4) kesadaran pada lingkungan dan 5) kesetiakawanan (Tantri, 1995: 24).

4. Pendidikan Konsumen dalam Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pendidikan konsumen adalah bagian integral dalam perlindungan konsumen. Proses ini melibatkan tiga konsep, yaitu keuangan personal, pembuatan keputusan konsumen, hak-hak dan tanggung jawab konsumen. Karakteristik ilmu ini erat kaitannya dengan kehidupan manusia dan banyak membahas tentang bagaimana manusia dapat menjalin hubungan harmonis dengan sesama manusia, lingkungan dan Tuhan, sehingga membuat bidang kajian ini sangat kaya dengan nilai, moral, etika, sikap, dan perilaku yang dapat membentuk watak konsumen secara bijaksana.

Semakin maraknya perkembangan industri dan gerak modal yang cepat menyebabkan produksi barang dan jasa semakin kompleks. Informasi di balik proses produksi barang dan jasa semakin kompleks. Input yang dipakai dan kualitas barang dan jasa yang diproduksinya semakin tersembunyi di tengah kompleksitas pertumbuhan ekonomi dan industri yang semakin matang. Meskipun muncul aturan-aturan untuk memperkecil resiko pemakai barang atau jasa tersebut, posisi konsumen termasuk konsumen remaja tidak secara otomatis terlindungi.

Di lapangan, posisi konsumen dibandingkan dengan produsen yang memproduksi barang dan jasa secara relatif sangat lemah, karena informasi yang ada di balik barang dan jasa tersebut tidak diketahui secara menyeluruh. Bahkan dalam situasi ekonomi yang kurang ideal, konsumen dihadapkan pada pilihan terbatas yang merugikan. Dalam perkembangan industri yang kian kompleks, semakin banyak hal di balik produksi barang dan jasa yang tidak diketahui oleh konsumen. Bahkan dampak negatif dari barang yang diproduksi cenderung disembunyikan oleh produsen, yang orientasinya selalu pada keuntungan maksimum.

Ketidakseimbangan antara posisi produsen dan konsumennya sangat perlu dikompensasikan dengan berbagai upaya, baik melalui gerakan perlindungan konsumen, perangkat kelembagaan dan hukum, maupun berbagai upaya lain agar konsumen bisa mengkonsumsi barang/jasa yang diinginkannya secara lebih aman. Perlindungan untuk sejumlah besar konsumen termasuk para remaja di dalam produksi barang dan jasa seperti ini merupakan keharusan, karena perkembangan ekonomi dan industri yang maju membawa implikasi lain yang sifatnya negatif.

Di sisi lain, manusia mempunyai naluri untuk mencapai kesejahteraan yang kian meningkat. Tuntutannya semakin besar terhadap barang-barang yang dikonsumsi. Tujuan ini sebenarnya baik, namun tidak selalu membawa dampak positif. Hal ini tergantung dari kondisi masyarakatnya. Tatanan masyarakat Indonesia yang termasuk negara sedang berkembang, belum dapat mengikuti kondisi masyarakat di negara maju. Gambaran ini menunjukkan bahwa masyarakat mempunyai tuntutan semakin besar terhadap barang-barang yang dikonsumsi. Hal ini memang mungkin terjadi karena pada dasarnya masyarakat adalah konsumen. Menjadi seorang konsumen yang baik adalah seseorang yang sadar ketika membeli, menggunakan, dan membuang bekas penggunaan barang atau jasa yang dibelinya. Oleh karena itu, seseorang ketika akan membeli barang maupun jasa, maka ia harus menggunakan mata seorang konsumen. Artinya, sebagai konsumen ia hendaklah

melihat sebuah produk secara kritis dan analitis, baik dari sudut pandang dan kepentingannya secara pribadi maupun dari sudut kepentingan orang lainnya atau masyarakat luas (Topatimasang,1990: 78).

Sebuah survei berskala nasional di AS menemukan bahwa para remaja dan dewasa belum disiapkan untuk berfungsi sebagai konsumen di pangsa pasar (Brobeck,1993). Penelitian yang dilakukan Bonner (1993) menunjukkan bahwa anak sekolah dan mahasiswa di Amerika Serikat secara mengejutkan memiliki sedikit sekali pengetahuan konsumen. Mereka tidak tahu tentang dasar-dasar dan keterampilan yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan personal yang akan mereka hadapi ketika dewasa. Oleh karena itu, menurut penelitian tersebut anak-anak sekolah dan mahasiswa perlu mengenali dirinya sebagai konsumen. Dengan pengenalan ini, diharapkan dapat memberikan suatu daya dorong pada konsumen untuk mengetahui martabat, hak, dan kewajibannya serta melaksanakan secara penuh dan konsisten untuk terciptanya perlindungan konsumen dari kegiatan konsumsi yang merugikan.

Kerugian yang dialami konsumen dalam aktivitas perdagangan digolongkan sebagai perbuatan yang bertentangan dengan nilai moral agama dan moral kemanusiaan. Berdasarkan hal ini, pemerintah telah mengatur hubungan hukum antara konsumen dengan pihak produsen serta pedagang dan penjual dalam menciptakan ketertiban hubungan manusia. Pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah RI mengeluarkan suatu kebijakan baru mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU nomor 8 Tahun 1999(LNRI Tahun 1999 nomor 42, TLNRI Nomor 3821)

Kerka (1993) menambahkan bahwa kecenderungan yang berkembang saat ini mendorong adanya penekanan agar pendidikan konsumen diberikan kepada anak remaja (usia sekolah menengah); ini antara lain disebabkan oleh (1) ekonomi global yang memfungsikan seseorang sebagai produsen dan konsumen; (2) meningkatnya teknologi maju dalam hidup sehari-hari; (3) perubahan cara hidup, misalnya hasrat bekerja untuk keseimbangan seseorang, jumlah anak, peningkatan pendapatan dan perubahan pola konsumsi; (4) mental baja dan kepedulian, serta tanggung jawab sosial; dan (5) kekuatan dan perhatian pasar yang diberikan pada seseorang.

Konsep konsumen dapat diperkenalkan sejak dini kepada remaja melalui berbagai cara yang bermakna. Salah satunya adalah melalui penggunaan kehidupan nyata dalam keluarga, masyarakat, dan sekolah. Ini dimaksudkan agar anak dapat

terbiasa untuk melakukan pembuatan keputusan, penyelesaian pemutusan masalah, dan keterampilan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu mereka dalam membuat penilaian secara bijaksana dalam pasar. Hasil survei di Amerika Serikat menyatakan bahwa pendidikan konsumen tidak mengimbangi perubahan pasar dengan cepat, dan belum mampu mencapai level ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diinginkan dalam mengatur sumber-sumber keuangan pribadi (Bannister, 1996). Selain itu, pengenalan konsep tersebut juga dapat mencegah permasalahan yang muncul karena pelanggaran perlindungan konsumen dalam perilaku konsumsi, misalnya, barang palsu, bakmi, dan bakso yang mengandung boraks, serta kasus kehalalan suatu produk MSG.

Untuk membuat seseorang mampu menilai tersebut, memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak terutama dalam keluarga karena orangtua sebagai pendidik pertama dan utama untuk anak-anaknya. Dengan pemberian pendidikan konsumen pada anak, menurut Topatimasang dkk (1990: 69) mengatakan bahwa anak akan bertambah pengetahuan tentang barang dan jasa, meningkatkan kesadaran anak, membina keterampilan anak, dan anak dapat melakukan tindakan secara perorangan maupun kelompok dalam menjaga martabat konsumen jika dirugikan dalam proses konsumsi.

Pendidikan konsumen akan membekali siswa atau masyarakat dengan proses memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan individu dan melakukan tindakan ketika membuat keputusan membeli, sehingga dapat berpengaruh penting terhadap kesejahteraan ekonomi individu dan sosial. Ahmad (1993: 42) berpendapat bahwa sasaran utama mempelajari pendidikan konsumen adalah untuk: a) membina kecakapan seorang konsumen dalam membeli barang, sehingga dapat mengatur keuangan, mampu meningkatkan penghasilan, dan memberi petunjuk tentang perlindungan hukum atas milik seseorang, b) memberikan petunjuk untuk dapat memahami keadaan ekonomi tempat konsumen berada, c) mengikutsertakan konsumen untuk mengetahui dan mengerti tentang situasi ekonomi serta efeknya bagi kehidupan.

Di Amerika Serikat, pendidikan konsumen dipandang perlu diberikan di sekolah-sekolah karena pendidikan ini memiliki tujuan membantu peserta didik untuk: 1) memperoleh ilmu pengetahuan untuk bertindak sebagai konsumen terdidik, 2) membangun suatu pengertian fungsi sosial sebagai sebuah peranan keseluruhan dan khususnya para konsumen, 3) menguasai keterampilan-keterampilan, sehingga

dapat berfungsi sebagai konsumen yang terdidik dan bertanggung jawab, 4) menyadari pentingnya menjadi konsumen terdidik, dan 5) bertindak sebagai konsumen terdidik, terpelajar, dan bertanggung jawab (Bannister, 1996). Dijelaskan lebih lanjut oleh Rosella bahwa pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik agar ketika mengkonsumsi produk hendaknya mempertimbangkan dampak pilihan mereka terhadap kesejahteraan yang lain.

Sebuah laporan survei oleh *National Institute for Consumer Education Center*, mengidentifikasi pandangan para ahli tentang manfaat pendidikan konsumen yang diperoleh individu apabila diberikan melalui sekolah maupun masyarakat. Manfaat tersebut antara lain: 1) mendukung cara berfikir kritis yang membantu fungsi konsumen lebih efisien di pangsa pasar, 2) menanamkan keterampilan-keterampilan hidup konsumen yang memberikan sumbangan untuk sukses, 3) meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian, 4) membantu nilai penerimaan secara luas, dan 5) memperbaiki kualitas hidup. Pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan kepada anak atau masyarakat untuk menggunakan uang mereka dengan baik. Pada kenyataannya, hasil sebuah survey menunjukkan bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-nilai implisit yang patut untuk dikembangkan pada anak yaitu: 1) memiliki kesadaran akan diri sendiri karena mereka tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, 2) memiliki tanggung jawab, misalnya kesadaran membayar rekening, 3) menjadi hemat dan hidup sederhana, misalnya menabung, 4) menjadi lebih bijaksana karena mereka memilih ketika membeli, dan 5) hidupnya bertujuan karena mereka menganggarkan uang dalam kehidupannya (Knapp, 1991).

Dengan demikian, pendidikan konsumen diharapkan dapat memperkuat posisi konsumen. Seringkali, konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan besar dengan berbagai cara. Rendahnya kesadaran konsumen akibat tingkat pendidikan yang rendah dapat memperburuk posisi konsumen yang sudah lemah tersebut. Oleh karena itu, konsumen perlu mengenali diri bagaimana menjadi konsumen dan memiliki kesadaran yang baik sebagai seorang konsumen. Jika pengenalan dan kesadaran ini telah dimiliki, konsumen dapat berfungsi dengan baik di pangsa pasar, sehingga terhindar dari rasa kecewa, tidak puas atau merasa tertipu. Ini juga dapat mendorong pada konsumen untuk mengetahui martabat, hak dan kewajiban, tanggung jawab, dan melaksanakannya secara konsisten untuk mewujudkan perlindungan konsumen.

Selain itu, kesadaran berkonsumsi juga dapat menghindarkan konsumen dari perilaku hidup konsumtif. Barang-barang yang dikonsumsi dilakukan dengan baik dan benar serta didasari pada ilmu pengetahuan konsumen yang dikuasai. Semua kebutuhan yang dibeli direncanakan dengan matang, berdasarkan urutan prioritas kebutuhan yang sesuai dengan jumlah keuangan yang ada. Sebaliknya, seorang konsumen yang tidak memiliki kesadaran konsumen, akan mudah membelanjakan uang untuk barang yang kurang dibutuhkan. Akibatnya, sejumlah barang yang dibeli menjadi mubazir karena tidak pernah disentuh atau mungkin hanya dijadikan koleksi atau pajangan saja. Menurut Riswanto (1997: 37), seorang konsumen dapat menghindari maupun mengatasi masalah yang menyebabkan hidup konsumtif, dengan cara: 1) membekali diri dengan pengetahuan standar berbagai produk dan juga pengetahuan hak yang dimiliki seperti hak atas informasi yang benar ketika mengkonsumsi suatu produk, 2) membiasakan diri untuk bersikap kritis dan berani menuntut haknya, 3) meningkatkan ketelitian dalam membeli suatu produk, sehingga tidak terjebak pada hadiah-hadiah yang belum tentu didapat.

Seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi dalam mengkonsumsi suatu produk maupun jasa akan menggunakan inisiatif, mencari informasi tentang produk atau jasa, merencanakan berbagai kemungkinan, misalnya saja mencari tahu kualitas suatu barang, mencari tahu tentang spesifikasi suatu barang, mencari acuan sesuatu barang yang akan dibeli, dan dampak terhadap cara perawatan suatu barang. Ditegaskan pula oleh Tantri (1995: 26) bahwa seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi, akan lebih bersikap kritis, berani bertindak atas kesadaran sendiri, memiliki kepedulian sosial, memiliki kesadaran lingkungan, dan memiliki kesetiakawanan sosial agar perlindungan konsumen dapat terwujud.

Kerka (1993) menambahkan bahwa kecenderungan yang berkembang saat ini mendorong adanya penekanan agar pendidikan konsumen diberikan kepada anak remaja (usia sekolah menengah); ini antara lain disebabkan oleh (1) ekonomi global yang memfungsikan seseorang sebagai produsen dan konsumen; (2) meningkatnya teknologi maju dalam hidup sehari-hari; (3) perubahan cara hidup, misalnya hasrat bekerja untuk keseimbangan seseorang, jumlah anak, peningkatan pendapatan dan perubahan pola konsumsi; (4) mental baja dan kepedulian, serta tanggung jawab sosial; dan (5) kekuatan dan perhatian pasar yang diberikan pada seseorang.

Konsep konsumen dapat diperkenalkan sejak dini kepada remaja melalui berbagai cara yang bermakna. Salah satunya adalah melalui penggunaan kehidupan

nyata dalam keluarga, masyarakat, dan sekolah. Ini dimaksudkan agar anak dapat terbiasa untuk melakukan pembuatan keputusan, penyelesaian pemutusan masalah, dan keterampilan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu mereka dalam membuat penilaian secara bijaksana dalam pasar. Hasil survei di Amerika Serikat menyatakan bahwa pendidikan konsumen tidak mengimbangi perubahan pasar dengan cepat, dan belum mampu mencapai level ilmu pengetahuan dan keterampilan yang diinginkan dalam mengatur sumber-sumber keuangan pribadi (Bannister, 1996). Selain itu, pengenalan konsep tersebut juga dapat mencegah permasalahan yang muncul karena pelanggaran perlindungan konsumen dalam perilaku konsumsi, misalnya, barang palsu, bakmi, dan bakso yang mengandung boraks, serta kasus kehalalan suatu produk MSG.

Untuk membuat seseorang mampu menilai tersebut, memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak terutama dalam keluarga karena orangtua sebagai pendidik pertama dan utama untuk anak-anaknya. Dengan pemberian pendidikan konsumen pada anak, menurut Topatimasang dkk (1990: 69) mengatakan bahwa anak akan bertambah pengetahuan tentang barang dan jasa, meningkatkan kesadaran anak, membina keterampilan anak, dan anak dapat melakukan tindakan secara perorangan maupun kelompok dalam menjaga martabat konsumen jika dirugikan dalam proses konsumsi.

Pendidikan konsumen akan membekali masyarakat dengan proses memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan individu dan melakukan tindakan ketika membuat keputusan membeli, sehingga dapat berpengaruh penting terhadap kesejahteraan ekonomi individu dan sosial. Ahmad (1993: 42) berpendapat bahwa sasaran utama mempelajari pendidikan konsumen adalah untuk: a) membina kecakapan seorang konsumen dalam membeli barang, sehingga dapat mengatur keuangan, mampu meningkatkan penghasilan, dan memberi petunjuk tentang perlindungan hukum atas milik seseorang, b) memberikan petunjuk untuk dapat memahami keadaan ekonomi tempat konsumen berada, c) mengikutsertakan konsumen untuk mengetahui dan mengerti tentang situasi ekonomi serta efeknya bagi kehidupan.

Di Amerika Serikat, pendidikan konsumen dipandang perlu diberikan di sekolah-sekolah karena pendidikan ini memiliki tujuan membantu peserta didik untuk: 1) memperoleh ilmu pengetahuan untuk bertindak sebagai konsumen terdidik, 2) membangun suatu pengertian fungsi sosial sebagai sebuah peranan keseluruhan

dan khususnya para konsumen, 3) menguasai keterampilan-keterampilan, sehingga dapat berfungsi sebagai konsumen yang terdidik dan bertanggung jawab, 4) menyadari pentingnya menjadi konsumen terdidik, dan 5) bertindak sebagai konsumen terdidik, terpelajar, dan bertanggung jawab (Bannister, 1996). Dijelaskan lebih lanjut oleh Rosella bahwa pendidikan konsumen diberikan kepada peserta didik agar ketika mengkonsumsi produk hendaknya mempertimbangkan dampak pilihan mereka terhadap kesejahteraan yang lain.

Sebuah laporan survei oleh *National Institute for Consumer Education Center*, mengidentifikasi pandangan para ahli tentang manfaat pendidikan konsumen yang diperoleh individu apabila diberikan melalui sekolah maupun masyarakat. Manfaat tersebut antara lain: 1) mendukung cara berfikir kritis yang membantu fungsi konsumen lebih efisien di pangsa pasar, 2) menanamkan keterampilan-keterampilan hidup konsumen yang memberikan sumbangan untuk sukses, 3) meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian, 4) membantu nilai penerimaan secara luas, dan 5) memperbaiki kualitas hidup. Pendidikan konsumen tidak hanya sekedar mengajarkan kepada anak atau masyarakat untuk menggunakan uang mereka dengan baik. Pada kenyataannya, hasil sebuah survey menunjukkan bahwa di dalam pendidikan konsumen terkandung nilai-nilai implisit yang patut untuk dikembangkan pada anak yaitu: 1) memiliki kesadaran akan diri sendiri karena mereka tahu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, 2) memiliki tanggung jawab, misalnya kesadaran membayar rekening, 3) menjadi hemat dan hidup sederhana, misalnya menabung, 4) menjadi lebih bijaksana karena mereka memilih ketika membeli, dan 5) hidupnya bertujuan karena mereka menganggarkan uang dalam kehidupannya (Knapp, 1991).

Dengan demikian, pendidikan konsumen diharapkan dapat memperkuat posisi konsumen. Seringkali, konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan besar dengan berbagai cara. Rendahnya kesadaran konsumen akibat tingkat pendidikan yang rendah dapat memperburuk posisi konsumen yang sudah lemah tersebut. Oleh karena itu, konsumen perlu mengenali diri bagaimana menjadi konsumen dan memiliki kesadaran yang baik sebagai seorang konsumen. Jika pengenalan dan kesadaran ini telah dimiliki, konsumen dapat berfungsi dengan baik di pangsa pasar, sehingga terhindar dari rasa kecewa, tidak puas atau merasa tertipu. Ini juga dapat mendorong pada konsumen untuk mengetahui martabat, hak dan kewajiban, tanggung jawab, dan melaksanakannya secara konsisten untuk mewujudkan perlindungan konsumen.

Selain itu, kesadaran berkonsumsi juga dapat menghindarkan konsumen dari perilaku hidup konsumtif. Barang-barang yang dikonsumsi dilakukan dengan baik dan benar serta didasari pada ilmu pengetahuan konsumen yang dikuasai. Semua kebutuhan yang dibeli direncanakan dengan matang, berdasarkan urutan prioritas kebutuhan yang sesuai dengan jumlah keuangan yang ada. Sebaliknya, seorang konsumen yang tidak memiliki kesadaran konsumen, akan mudah membelanjakan uang untuk barang yang kurang dibutuhkan. Akibatnya, sejumlah barang yang dibeli menjadi mubazir karena tidak pernah disentuh atau mungkin hanya dijadikan koleksi atau pajangan saja. Menurut Riswanto (1997: 37), seorang konsumen dapat menghindari maupun mengatasi masalah yang menyebabkan hidup konsumtif, dengan cara: 1) membekali diri dengan pengetahuan standar berbagai produk dan juga pengetahuan hak yang dimiliki seperti hak atas informasi yang benar ketika mengkonsumsi suatu produk, 2) membiasakan diri untuk bersikap kritis dan berani menuntut haknya, 3) meningkatkan ketelitian dalam membeli suatu produk, sehingga tidak terjebak pada hadiah-hadiah yang belum tentu didapat.

Seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi dalam mengkonsumsi suatu produk maupun jasa akan menggunakan inisiatif, mencari informasi tentang produk atau jasa, merencanakan berbagai kemungkinan, misalnya saja mencari tahu kualitas suatu barang, mencari tahu tentang spesifikasi suatu barang, mencari acuan sesuatu barang yang akan dibeli, dan dampak terhadap cara perawatan suatu barang. Ditegaskan pula oleh Tantri (1995: 26) bahwa seseorang yang memiliki perilaku sadar konsumsi, akan lebih bersikap kritis, berani bertindak atas kesadaran sendiri, memiliki kepedulian sosial, memiliki kesadaran lingkungan, dan memiliki kesetiakawanan sosial agar perlindungan konsumen dapat terwujud.

Kerangka Pikir

Konsep konsumen diperkenalkan sejak dini kepada remaja/mahasiswa melalui berbagai cara yang bermakna. Salah satunya adalah melalui penggunaan kehidupan nyata. Hal ini dimaksudkan agar anak dapat terbiasa untuk melakukan pembuatan keputusan, penyelesaian pemutusan masalah, dan keterampilan berfikir kritis dalam kehidupan sehari-hari. Pengenalan konsep dapat pula mencegah permasalahan yang muncul karena pelanggaran perlindungan konsumen dalam perilaku konsumsi yang disebabkan oleh tidak diterapkannya hak-hak konsumen secara benar ketika melakukan konsumsi sebagai bentuk perlindungan dirinya,

misalnya, barang palsu, bakmi, dan bakso yang mengandung boraks, serta kasus kehalalan suatu produk MSG.

Untuk membuat seseorang mampu menilai tersebut, memerlukan proses pendidikan yang dimulai sejak anak-anak terutama dalam keluarga karena orangtua sebagai pendidik pertama dan utama untuk anak-anaknya. Dengan memperoleh pendidikan konsumen, anak akan bertambah pengetahuan tentang barang dan jasa, meningkatkan kesadaran anak, membina keterampilan anak, dan anak dapat melakukan tindakan secara perorangan maupun kelompok dalam menjaga martabat konsumen jika dirugikan dalam proses konsumsi.

Pendidikan konsumen akan membekali masyarakat dengan proses memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan individu dan melakukan tindakan ketika membuat keputusan membeli, sehingga dapat berpengaruh penting terhadap kesejahteraan ekonomi individu dan sosial. Seseorang mempelajari pendidikan konsumen, akan terbina kecakapan konsumen dalam membeli barang, sehingga dapat mengatur keuangan, mampu meningkatkan penghasilan, dan memberi petunjuk tentang perlindungan hukum atas miliknya dalam kehidupan.

Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kesadaran mahasiswa sebagai konsumen dalam mengimplementasikan hak- hak konsumen ketika berkonsumsi?
2. Bagaimana kesadaran mahasiswa mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen?
3. Bagaimana kesadaran mahasiswa melakukan gerakan perlindungan konsumen perorangan/pribadi?
4. Bagaimana kesadaran mahasiswa melakukan pengaduan bila dirugikan?

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan survey dalam bentuk deskriptif kuantitatif dan kualitatif melalui cara interpretatif. Pendekatan model ini, melakukan penilaian kepada para mahasiswa yang telah mempelajari/menempuh mata kuliah Pendidikan Konsumen terhadap penerapan perlindungan konsumen dalam mengimplementasikan Undang-Undang Perlindungan konsumen yang meliputi: implementasi hak-hak konsumen, kewajiban/tanggung jawab konsumen, melakukan pengaduan, dan melakukan perlindungan konsumen. Hasil yang diperoleh untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa telah memiliki kesadaran terhadap perlindungan dirinya sebagai konsumen pada saat melakukan konsumsi terhadap barang maupun jasa. Objek penelitian adalah hasil penerapan pembelajaran pendidikan konsumen dalam mengimplementasikan hak-hak konsumen, kewajiban konsumen, gerakan perlindungan konsumen, dan pengaduan yang dilakukan mahasiswa sebagai pencerminan munculnya kesadaran untuk memperoleh perlindungan konsumen secara pribadi.

2. Prosedur Penelitian

Proses pelaksanaan penelitian menggunakan beberapa tahapan untuk memperoleh temuan yang merupakan sintesis dari pendekatan deduktif dan induktif yang terpadu secara komplementer. Untuk lebih jelasnya tahapan pendekatan penelitian dalam kegiatan penelitian ini dibagi menjadi 5 tahap, yaitu: (a) menyusun instrumen penilaian implementasi hak dan kewajiban dalam konteks gerakan perlindungan konsumen, serta pengaduan oleh mahasiswa/konsumen (b) melakukan uji coba instrumen, (c) melaksanakan pengumpulan data tentang penerapan hak-hak konsumen, kewajiban/tanggung jawab konsumen, gerakan perlindungan konsumen, dan melakukan pengaduan, (d) menganalisis hasil pengumpulan data dan memaknai hasil, dan (e) membuat sintesis serta kesimpulan.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan PTBB FT UNY yang sudah menempuh mata kuliah pendidikan konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah area stratified random sampling. Jumlah sampel yang terpilih sebanyak 207 mahasiswa dari lima program studi yaitu Pendidikan Teknik Boga, Pendidikan Teknik Busana, Teknik Boga, Teknik Busana, Teknik Rias Kecantikan.

4. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal, yaitu penilaian terhadap implementasi Undang-undang perlindungan konsumen yang melalui hak-hak konsumen dan kewajiban/tanggung jawab konsumen, gerakan perlindungan konsumen secara perorangan, melakukan pengaduan, setelah para mahasiswa menempuh mata kuliah pendidikan konsumen. Tujuan pembuatan instrumen atau alat ukur adalah untuk mengukur kesadaran untuk mengimplementasikan aspek-aspek dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen oleh mahasiswa, setelah menempuh kuliah pendidikan konsumen. Instrumen tersebut dipergunakan sebagai dasar evaluasi dan analisis perbedaan kesadaran mengimplementasikan aspek Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam rangka menegakkan perlindungan konsumen secara perorangan/pribadi. Jadi agak berbeda dengan instrumen yang akan digunakan sebagai alat untuk memprediksi atau menseleksi, yang memerlukan tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi di samping harus melakukan analisis validitas prediksi. Instrumen atau alat ukur yang tahapan uji coba yaitu para ahli pendidikan konsumen yang berada di jurusan PTBB.

Instrumen Implementasi Hak-hak dan Kewajiban Konsumen

Instrumen kesadaran mengimplementasikan hak-hak konsumen, kewajiban/tanggung jawab konsumen, perlindungan konsumen, dan pengaduan, merupakan perwujudan dari penerapan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Tujuan menggunakan instrumen ini untuk mengungkap kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut. Instrumen dalam penelitian ini dikembangkan sendiri oleh peneliti, berdasarkan pada aspek-aspek yang terdapat dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Hasil instrumen ini divalidasi kepada dosen pengampu mata kuliah pendidikan konsumen di jurusan PTBB sebanyak tiga orang dosen. Selanjutnya, hasil validasi tersebut

dijadikan sebagai kisi-kisi dalam penyusunan instrumen kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan perlindungan konsumen. Instrumen ini dalam bentuk kuesioner yang menggunakan bentuk skala Likert dengan empat option jawaban yaitu sudah menjadi kebiasaan sehari-hari (skor 4), sudah melakukan (skor 3), belum melakukan (skor 2), tidak peduli/masa bodoh (skor 1).

Data yang diperoleh menggunakan instrumen dalam bentuk angket skala penilaian kesadaran mengimplementasikan perlindungan konsumen, berdasarkan kisi-kisi seperti berikut ini.

Tabel 1. Kisi-kisi instrumen variabel Perlindungan Konsumen

Variabel Perlindungan Konsumen	Aspek	Butir		Jumlah butir
		Butir +	Butir -	
Hak-hak konsumen	1.Hak keamanan	21	52	2
	2. Hak memilih	54	2	2
	3. Hak atas informasi	10, 19,53	3	4
	4. Hak didengar	56, 66,70		3
	5. Hak advokasi	59		1
	6. Hak pembinaan konsumen	45,46,48,60		4
	7. Hak dilayani	57		1
	8. Hak ganti rugi	16,63		2
	9. Hak lingk hidup sehat	68,36,39,44		4
	10. Hak kebutuhan pokok	50		1
Kewajiban Konsumen	1.Bersikap kritis	7,11,27,24,29, 30,31	5,6,9,18	11
	2. Berani bertindak	12,20,22,23,25, 32,33,61,58,67, 42,55,51,64,71 72,75,62,65	26	20
	3. Memiliki kepedulian sosial	14,17	1,13,34	5
	4. Kesadaran terhadap	8,28,35,40	15,37,38	7

	lingk sehat			
	5. Memiliki rasa setia kawan	41,47,43,49	4	5
Gerakan perlindungan	Perlindungan konsumen	69,74		2
Pengaduan	Pengaduan	73		1

5. Uji Coba Instrumen

Peneliti melakukan uji coba terhadap instrumen kesadaran mengimplementasikan Undang-undang perlindungan konsumen yang dirinci dari hak-hak konsumen, kewajiban/tanggung jawab konsumen, perlindungan konsumen, dan pengaduan.

Kuesioner kesadaran mengimplementasikan Undang-undang perlindungan konsumen yang dirinci dari hak-hak konsumen, kewajiban/tanggung jawab konsumen, perlindungan konsumen, dan pengaduan, diuji cobakan pada 40 mahasiswa dari beberapa prodi. Masing-masing butir kuesioner dengan empat skala jawaban, diberi nilai antara empat sampai dengan satu untuk butir positif dan diberi nilai antara satu sampai empat untuk butir negatif. Berdasarkan penilaian sebagaimana tersebut diatas, kemudian dilakukan analisis uji coba. Hasil uji cob dianalisis kelayakan butir-butirnya dengan menggunakan product moment. Terdapat tujuh item butir yang tidak valid, namun peneliti melakukan revisi terhadap pemahaman terhadap butir-butir tersebut sehingga memutuskan untuk tetap menggunakan seluruh butir tersebut untuk pengumpulan data. Hasil perhitungan reliabilitas dengan menggunakan teknik analisis Cronbach's Alpha terhadap instrument tersebut diperoleh skor sebesar 0,930, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument tersebut baik dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif, data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif dengan memperhatikan tujuan penelitian. Untuk melengkapi hasil temuan dilakukan pula analisis deskriptif terhadap data kuantitatif, data tersebut diperoleh melalui analisis instrumen penilaian yang terkumpul, kemudian dianalisis dengan analisis statistic deskriptif. Sedangkan data-

data tambahan diorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga menghasilkan kesimpulan yang bermakna dan saling melengkapi atau mengkonfirmasi dengan temuan-temuan utama.

Data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara, angket, akan diklasifikasi dan dianalisis secara manual, kemudian disintesiskan antara data satu dengan yang lain, baik data kualitatif maupun data kuantitatif. Setelah itu peneliti membuat suatu kesimpulan yang dapat mendukung tujuan penelitian.

BAB 1V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap kesadaran mahasiswa sebagai seorang konsumen dalam menerapkan hak-hak dan kewajibannya pada saat melakukan konsumsi barang maupun jasa. Apakah perilaku yang baik sebagai seorang konsumen sudah terbentuk setelah mereka memperoleh mata kuliah pendidikan konsumen pada semester pertama. Sejauh mana materi kuliah yang telah mereka dapatkan diimplementasikan pada saat mereka melakukan konsumsi untuk pemenuhan kehidupannya, dengan menerapkan hak-hak dan kewajiban sebagai seorang konsumen untuk mendapatkan perlindungan konsumen. Secara berurutan akan dijelaskan hasil-hasil analisis data seperti berikut ini.

1. Kesadaran Mahasiswa Mengimplementasikan Hak- Hak Konsumen

Rangkuman hasil analisis data secara deskriptif tentang kesadaran mahasiswa mengimplementasikan hak-hak konsumen dalam melakukan konsumsi untuk pemenuhan kehidupannya, akan ditinjau dari gambaran mahasiswa secara keseluruhan yaitu dari sisi jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana kemudian dilanjutkan dengan gambaran hasil implementasi dari masing-masing program studi yang ada di jurusan PTBB. Berikut ini hasil penilaian tentang kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan hak-hak konsumen saat mereka melakukan konsumsi, adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Implementasi Hak-Hak Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB

Interval	Kategori	Frekuensi
>72 - 96	Tinggi	90 (43%)
>48 - 72	Sedang	116 (56%)
>24 - 48	Rendah	1 (1%)

Berdasarkan hasil analisis tentang implementasi hak-hak konsumen oleh para mahasiswa jurusan PTBB dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik sebesar 71,85. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan hak-haknya sebagai konsumen ketika berbelanja tergolong cukup baik.

Bila dikaji lebih mendalam terhadap tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan hak-haknya sebagai konsumen ditinjau dari masing-masing program studi, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 3. Implementasi Hak Konsumen oleh Mahasiswa Ditinjau dari Program Studi

Program Studi dan Jenjang Pendidikan	Kategori		
	Rendah	Sedang	Tinggi
S1 Teknik Boga		v	
S1 Teknik Busana	v		
D3 Teknik Boga		v	
D3 Teknik Busana		v	
D3 Teknik Rias dan Kecantikan		v	

Berdasarkan hasil analisis tentang pengimplementasian hak-hak konsumen oleh para mahasiswa bila ditinjau dari masing-masing program studi dan jenjang pendidikannya dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik oleh mahasiswa jenjang S1 Boga sebesar 73,73, mahasiswa jenjang S1 Busana sebesar 69,33, mahasiswa jenjang D3 Boga sebesar 73,10, mahasiswa jenjang D3 Busana sebesar 70,54 mahasiswa jenjang D3 Rias Kecantikan sebesar 74,17. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para

mahasiswa program studi S1 Boga, D3 Boga, D3 Busana dan D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan hak-haknya sebagai konsumen ketika berbelanja tergolong sedang atau cukup baik. Adapun kesadaran mahasiswa program studi S1 Busana dalam mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori rendah atau kurang baik.

Untuk mengkaji lebih mendalam tentang tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi bila ditinjau dari masing-masing aspek hak-hak konsumen, dapat disimak pada table berikut ini.

Tabel 4. Tingkat Implementasi Hak-hak Konsumen Ditinjau dari Program Studi

Aspek Hak-Hak Konsumen	S1 Bog		S1 Bus		D3 Bog		D3 Bus		D3 Rias	
	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%
Hak Keamanan	24,8	33,8	24,6	32,4	27,9	29,3	31,3	45,8	20,9	37,2
Hak Memilih	43,8	33,8	38,7	40,1	41,8	36,2	37,5	35,4	16,8	39,5
Hak Atas Informasi	38,1	47,5	35,6	45,8	38,8	44,8	43,8	39,6	22,8	53,5
Hak Didengar	25	27,5	29,1	16	28,7	41,4	22,2	26,4	21,7	41,9
Hak Advokasi	20	20	9,9	15,5	20,1	31	12,5	29,2	23,3	30,2
Hak Pembinaan Konsumen	29,3	57,5	40,8	39,8	38,8	46,6	35	52	36	51
Hak Dilayani	35	42,5	46,5	22,5	37,9	41,4	32,3	33,3	32,6	48,8
Hak Mendapat Ganti Rugi	33,8	52,5	48,6	32,4	29,3	46,6	22,9	45,8	32,6	47,8
Hak Lingkungan Sehat	16,9	30	22,5	16,5	20,7	22,9	21,9	15,6	18,6	30,8
Hak Mem.Kebutuhan Pokok	30	60	29,6	50,7	37,9	51,7	16,7	62,5	27,9	55,1

Keterangan: M% = Mahasiswa telah melakukan implementasi dalam persen

K% = Mahasiswa telah melakukan implementasi dan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dalam persen

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan hak-hak konsumen ketika melakukan konsumsi dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong kecil. Hal ini terlihat pada semua aspek-aspek dari hak-hak konsumen masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan. Hak untuk mendapatkan advokasi sangat sedikit mahasiswa yang sudah melakukannya. Adapun hak untuk atas mendapatkan informasi, hak pembinaan konsumen, hak mendapatkan ganti rugi, dan hak untuk memperoleh kebutuhan pokok, sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dilakukan oleh sebagian mahasiswa ketika melakukan konsumsi.

Dari kesepuluh hak-hak konsumen yang masih rendah kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan pada saat mereka berkonsumsi adalah hak-hak untuk mendapatkan advokasi dan hak untuk mendapatkan lingkungan yang sehat.

2. Kesadaran Mahasiswa untuk Melakukan Kewajiban Konsumen

Gambaran kesadaran mahasiswa untuk melakukan kewajibannya sebagai seorang konsumen dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 5. Implementasi Kewajiban Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB

Interval	Kategori	Frekuensi
>144 – 192	Tinggi	90 (43%)
>96 – 144	Sedang	117 (57%)
>48 - 96	Rendah	-

Berdasarkan hasil analisis tentang mengimplementasikan kewajiban konsumen oleh para mahasiswa jurusan PTBB dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik sebesar 142,01. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen ketika berbelanja tergolong cukup baik.

Bila dikaji lebih mendalam terhadap tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen ditinjau dari masing-masing program studi, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 6. Kesadaran Mahasiswa Melakukan Kewajiban Konsumen

Program Studi dan Jenjang Pendidikan	Kategori		
	Rendah	Sedang	Tinggi
S1 Teknik Boga			V
S1 Teknik Busana		v	
D3 Teknik Boga		v	
D3 Teknik Busana	v		
D3 Teknik Rias dan Kecantikan		v	

Berdasarkan Implementasi Kewajiban Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB hasil analisis tentang pengimplementasian kewajiban konsumen oleh para mahasiswa bila ditinjau dari masing-masing program studi dan jenjang pendidikannya dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik oleh mahasiswa jenjang S1 Boga sebesar 145,53, mahasiswa jenjang S1 Busana sebesar 139,68, mahasiswa jenjang D3 Boga sebesar 144,66, mahasiswa jenjang D3 Busana sebesar 138,46 mahasiswa jenjang D3 Rias Kecantikan sebesar 142,79. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga tergolong tinggi, adapun mahasiswa S1 Busana, D3 Boga, dan D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen ketika berbelanja tergolong sedang atau cukup baik. Sedangkan kesadaran mahasiswa program studi D3 Busana dalam mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori rendah atau kurang baik.

Untuk mengkaji lebih mendalam tentang tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan kewajibannya pada saat berkonsumsi bila ditinjau dari masing-masing aspek kewajiban konsumen, dapat disimak pada table berikut ini.

Tabel 7. Tingkat Implementasi Kewajiban Konsumen Ditinjau dari Program Studi

Aspek Kewajiban Konsumen	S1 Bog		S1 Bus		D3 Bog		D3 Bus		D3 Rias	
	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%
Bersikap Kritis	21,4	43,4	27	51,6	29,2	45,1	22,7	50,8	17,5	46,7
Berani Bertindak	29,1	48,1	35,5	38,5	27,9	47,4	29,8	35,2	36,4	48,6
Kepedulian Sosial	17	30	20,8	31,5	28,3	34,5	21,7	33	14,4	15,8
Lingkungan Hidup Sht	29,3	27,6	28	12,5	35	25,1	30,4	19,6	26,9	28,3
Setia Kawan	15	12	11,5	10,1	22,1	14,5	9,1	9,1	16,3	18,6

Keterangan: M% = Mahasiswa telah melakukan dalam persen

K% = Mahasiswa telah melakukan dan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dalam persen

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan kewajiban konsumen ketika melakukan konsumsi dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong kecil. Hal ini terlihat pada semua aspek-aspek dari kewajiban konsumen masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan. Kewajiban untuk bersikap kritis baru sebagian kecil yang sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dilakukan pada saat melakukan konsumsi.

Apabila ditinjau dari kelima aspek kesadaran kewajiban konsumen yang telah diimplementasikan oleh para mahasiswa aspek kewajiban untuk memiliki rasa setia kawan masih tergolong rendah.

3. Kesadaran Mahasiswa untuk Melakukan Gerakan Perlindungan

Konsumen Perorangan/pribadi

Berikut ini gambaran kesadaran mahasiswa untuk melakukan gerakan perlindungan sebagai seorang konsumen dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 8. Implementasi Gerakan Perlindungan Konsumen oleh Mahasiswa Jurusan PTBB

Interval	Kategori	Frekuensi
>6 – 8	Tinggi	86 (42%)
>4 – 6	Sedang	104 (50%)
>2 - 4	Rendah	17 (8%)

Berdasarkan hasil analisis tentang implementasi gerakan perlindungan konsumen oleh para mahasiswa jurusan PTBB dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik sebesar 6,24. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen tergolong cukup baik.

Bila dikaji lebih mendalam terhadap tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen ditinjau dari masing-masing program studi, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 9. Kesadaran Mahasiswa Melakukan Gerakan Perlindungan Konsumen

Program Studi dan Jenjang Pendidikan	Kategori		
	Rendah	Sedang	Tinggi
S1 Teknik Boga			v
S1 Teknik Busana	v		
D3 Teknik Boga		v	
D3 Teknik Busana		v	
D3 Teknik Rias dan Kecantikan		v	

Berdasarkan hasil analisis tentang pengimplementasian gerakan perlindungan konsumen oleh para mahasiswa bila ditinjau dari masing-masing program studi dan jenjang pendidikannya dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik oleh mahasiswa jenjang S1 Boga sebesar 6,6, mahasiswa jenjang S1 Busana sebesar 5,9, mahasiswa jenjang D3 Boga sebesar 6,4, mahasiswa jenjang D3 Busana sebesar 6,2, dan mahasiswa jenjang D3 Rias Kecantikan sebesar 6,2. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga tergolong tinggi, adapun mahasiswa D3 Boga, D3 Busana dan D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan konsumen sebagai konsumen pada termasuk pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen tergolong baik dan sedang atau cukup baik. Sedangkan kesadaran

mahasiswa program studi S1 Busana dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen termasuk pada kategori rendah atau kurang baik.

Untuk mengkaji lebih mendalam tentang tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen dapat disimak pada table berikut ini.

Tabel 10. Tingkat Implementasi Gerakan Perlindungan Konsumen Ditinjau dari Program Studi

Aspek Perlindungan Konsumen	S1 Bog		S1 Bus		D3 Bog		D3 Bus		D3 Rias	
	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%
Perlindungan Konsumen	33,8	48,8	45,8	21,5	27,6	48,3	29,2	39,8	25,6	23,3

Keterangan: M% = Mahasiswa telah melakukan dalam persen

K% = Mahasiswa telah melakukan dan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dalam persen

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan konsumen dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong kecil. Hal ini terlihat pada semua program studi masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan maupun sudah menjadi kebiasaan sehari-hari.

4. Kesadaran Mahasiswa untuk Melakukan Pengaduan

Gambaran kesadaran mahasiswa untuk melakukan pengaduan sebagai seorang konsumen dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 11. Implementasi Mengadu oleh Mahasiswa Jurusan PTBB

Interval	Kategori	Frekuensi
>3 - 4	Tinggi	37 (18%)
>2 - 3	Sedang	23 (11%)
>1 - 2	Rendah	147 (71%)

Berdasarkan hasil analisis tentang implementasi mengadu oleh para mahasiswa jurusan PTBB dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik sebesar 1,45. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan

pengaduan bila dirugikan ketika berkonsumsi termasuk pada kategori rendah/kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen tergolong kurang baik.

Bila dikaji lebih mendalam terhadap tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan melakukan pengaduan bila dirugikan ditinjau dari masing-masing program studi, dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 12. Kesadaran Mahasiswa Melakukan Pengaduan

Program Studi dan Jenjang Pendidikan	Kategori		
	Rendah	Sedang	Tinggi
S1 Teknik Boga	v		
S1 Teknik Busana	v		
D3 Teknik Boga	v		
D3 Teknik Busana	v		
D3 Teknik Rias dan Kecantikan	v		

Berdasarkan hasil analisis tentang implementasi mengadu bila dirugikan oleh para mahasiswa ditinjau dari masing-masing program studi dan jenjang pendidikannya dapat dijelaskan, bahwa diperoleh skor rerata dari data empirik oleh mahasiswa jenjang S1 Boga sebesar 1,27, mahasiswa jenjang S1 Busana sebesar 1,07, mahasiswa jenjang D3 Boga sebesar 1,55, mahasiswa jenjang D3 Busana sebesar 1,29, dan mahasiswa jenjang D3 Rias Kecantikan sebesar 1,35. Dari hasil analisis deskriptif tersebut dapat menjelaskan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga, program studi S1 Busana, program studi D3 Boga, program studi D3 Busana dan program studi D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan mengadu bila dirugikan termasuk pada kategori kurang baik.

Untuk mengkaji lebih mendalam tentang tingkat kesadaran mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen dapat disimak pada table berikut ini.

Tabel 13. Tingkat Implementasi Mengadu Ditinjau dari Program Studi

Aspek Mengadu oleh Konsumen	S1 Bog		S1 Bus		D3 Bog		D3 Bus		D3 Rias	
	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%	M%	K%
Mengadu Bila Dirugikan	10	15	11,3	4,2	10,3	34,5	8,3	12,5	11,6	37,2

Keterangan: M% = Mahasiswa telah melakukan dalam persen

K% = Mahasiswa telah melakukan dan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dalam persen

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan mengadu bila dirugikan dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong sangat kecil. Hal ini terlihat pada semua program studi masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan maupun sudah menjadi kebiasaan sehari-hari.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kesadaran Mengimplementasikan Hak- Hak Konsumen

Secara umum skor kesadaran mahasiswa di jurusan PTBB untuk mengimplementasikan hak-hak sebagai konsumen menunjukkan hasil pada kategori sedang/cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan hak-haknya sebagai konsumen ketika berbelanja tergolong cukup baik. Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa mahasiswa telah memiliki upaya dan kesadaran untuk melindungi diri agar terhindar dari hal-hal yang merugikan atas pemakaian barang dan jasa. Para mahasiswa sebagai konsumen telah mengenali dirinya sebagai konsumen. Baik dalam hubungannya dengan produsen, maupun kekuatan dan kelemahan sebagai konsumen. Pengenalan terhadap dirinya tersebut diharapkan dapat memberikan suatu daya dorong untuk mengetahui martabat dan haknya, serta melaksanakannya secara penuh dan konsisten. Dari proses pengenalan diri ini, telah melahirkan suatu kesadaran, bahwa konsumen mempunyai hak-hak, di samping sejumlah kewajiban seorang konsumen. Bila mahasiswa sebagai konsumen dirugikan, maka mahasiswa mampu menyelesaikan sendiri permasalahannya dengan menghubungi produsen/pengusaha yang bersangkutan atas dasar hak-hak yang dimilikinya.

Dengan melihat skor rata-rata dari masing-masing program studi yang terdapat di jurusan PTBB tersebut, tampak bahwa kesadaran mahasiswa program studi Pendidikan Teknik Boga, program studi Teknik Boga, program studi Teknik Busana, program studi Teknik Rias Kecantikan, untuk mengimplementasikan hak-haknya sebagai seorang konsumen tergolong pada kategori sedang/cukup baik.

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa kesadaran mahasiswa program studi Pendidikan Teknik Busana masih memiliki kesadaran yang rendah/kurang baik untuk mengimplementasikan hak-haknya sebagai konsumen ketika melakukan konsumsi. Fakta ini menunjukkan mahasiswa kurang memanfaatkan secara baik hak-haknya sebagai konsumen, dan untuk menjadi penekan bagi produsen yang dapat memberikan keserasian hubungan antara produsen dengan konsumen. Pendidikan terhadap penyadaran akan hak-hak yang diperoleh kurang dimanfaatkan untuk menggalang dirinya dari ketidakberdayaan menjadi kekuatan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa yang bermutu.

Pendidikan penyadaran akan hak-hak konsumen, apabila dicermati lebih mendalam pada masing-masing aspek dari sepuluh hak konsumen menunjukkan pada tahap sudah diimplementasikan cukup baik oleh para mahasiswa, meskipun belum seluruhnya pada setiap tahapan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari pada saat berkonsumsi. Ditemukan pula, masih terdapat kesadaran yang rendah untuk mengimplementasikan hak mendapatkan advokasi dan hak memperoleh lingkungan yang sehat.

2. Kesadaran Mengimplementasikan Kewajiban Konsumen

Bila dikaji secara umum skor kesadaran mahasiswa di jurusan PTBB untuk mengimplementasikan kewajiban sebagai konsumen menunjukkan hasil pada kategori sedang/cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen ketika berbelanja tergolong cukup baik. Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa setiap transaksi dalam berkonsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa telah memiliki upaya dan berkewajiban untuk membayar harga barang yang telah dibelinya. Ketika membeli dengan cara kontan, maka mahasiswa telah membayarnya segera pada saat transaksi

dilakukan. Begitu pula, bila membeli dengan cara angsuran, maka membayarnya sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah disepakati. Dengan demikian apabila konsumen berharap hak-haknya dipenuhi secara baik, maka hal tersebut dapat terlaksana apabila mahasiswa sebagai konsumen mempunyai kesediaan yang sama terhadap pemenuhan kewajibannya.

Hasil tersebut juga memberikan pengertian, bahwa meskipun mahasiswa sebagai konsumen bebas memilih cara dan barang atau jasa untuk dikonsumsi, namun memiliki kepedulian terhadap lingkungannya dalam menerapkan pola konsumsinya dengan tidak mendorong munculnya kecemburuan kepada konsumen lain untuk berlomba mengkonsumsi barang yang sebetulnya tidak terjangkau.

Dengan melihat skor rata-rata dari masing-masing program studi yang terdapat di jurusan PTBB tersebut, tampak bahwa kesadaran mahasiswa program studi Pendidikan Teknik Boga tergolong pada kategori tinggi/ baik, kemudian berturut-turut program studi Pendidikan Teknik Busana, program studi Teknik Boga, program studi Teknik Rias Kecantikan, untuk mengimplementasikan hak-haknya sebagai seorang konsumen tergolong pada kategori sedang/cukup baik.

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa kesadaran mahasiswa program studi Teknik Busana masih memiliki kesadaran yang rendah/kurang baik untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen ketika melakukan konsumsi. Fakta ini menunjukkan mahasiswa kurang mempunyai kesediaan yang sama terhadap pemenuhan kewajibannya disamping berharap agar hak-haknya untuk dipenuhi secara baik. Pendidikan terhadap penyadaran akan menerapkan kewajibannya yang diperoleh kurang dimanfaatkan untuk menggalang dirinya dari ketidakberdayaan menjadi kekuatan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa yang bermutu.

Pendidikan penyadaran akan kewajiban konsumen, apabila dicermati lebih mendalam pada masing-masing aspek dari lima kewajiban konsumen menunjukkan pada tahap sudah diimplementasikan cukup baik oleh para mahasiswa, meskipun belum seluruhnya pada tahapan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari pada saat mengkonsumsi. Meskipun masih terdapat kesadaran yang rendah untuk mengimplementasikan kewajiban kepedulian social dan kewajiban setia kawan.

3. Kesadaran Mengimplementasikan Gerakan Perlindungan Konsumen

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa secara umum skor kesadaran mahasiswa di jurusan PTBB untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan secara pribadi tergolong pada kategori sedang/cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan konsumen secara pribadi tergolong cukup baik. Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa mahasiswa sebagai konsumen telah melakukan cara perlindungan konsumen secara pribadi melalui kesadaran menggunakan secara optimal hak-haknya sebagai konsumen apabila dirugikan yang hal tersebut merupakan ikhtiar perlindungan konsumen yang dilakukan oleh konsumen/mahasiswa sendiri secara pribadi.

Mahasiswa memiliki kesadaran melakukan gerakan perlindungan konsumen, agar terhindar dari hal-hal yang merugikan, membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwanya dalam pemakaian atau penggunaan barang maupun jasa. Demikian pula mahasiswa akan membela dan memperjuangkan akan hak-hak konsumen yang dimilikinya agar diakui, dimengerti dan dimanfaatkan oleh produsen maupun pemerintah.

Dengan melihat skor rata-rata dari masing-masing program studi yang terdapat di jurusan PTBB tersebut, tampak bahwa kesadaran mahasiswa program studi Pendidikan Teknik Boga tergolong pada kategori tinggi/ baik, kemudian berturut-turut program studi Teknik Busana, program studi Teknik Boga, program studi Teknik Rias Kecantikan, untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai seorang konsumen tergolong pada kategori sedang/cukup baik.

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa kesadaran mahasiswa program studi Pendidikan Teknik Busana masih memiliki kesadaran yang rendah/kurang baik untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai seorang konsumen ketika melakukan konsumsi. Meskipun fakta hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan penyadaran akan melakukan gerakan perlindungan konsumen, apabila dicermati lebih mendalam para mahasiswa sudah

mengimplementasikannya dengan cukup baik, meskipun belum seluruhnya pada tahapan sudah menjadi kebiasaan sehari-hari.

4. Kesadaran Melakukan Pengaduan

Dari hasil analisis penelitian di lapangan menunjukkan bahwa secara umum skor kesadaran mahasiswa di jurusan PTBB untuk memiliki kesadaran mengimplementasikan pengaduan tergolong pada kategori rendah/kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran para mahasiswa dalam melakukan pengaduan tergolong kurang baik. Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa mahasiswa sebagai konsumen tidak melakukan pengaduan ketika mengalami kerugian pada saat mengkonsumsi barang maupun jasa. Nampak bahwa mahasiswa kurang kritis dalam menyelesaikan masalah dengan penjual/produsen apabila kecewa dengan memperoleh kondisi barang yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, padahal konsumen telah berusaha menjadi konsumen yang baik yaitu teliti sebelum membeli akan tetapi kecewa tetap menimpa konsumen.

Hal ini kurang baik dilakukan oleh mahasiswa meskipun konsumen atau mahasiswa akan memperoleh keuntungan bila mengadu, melalui penyelesaian untuk memperoleh ganti rugi atas kerugian yang diderita dan dapat menyelamatkan sepuluh, seratus bahkan lebih konsumen lain dari kerugian yang sama. Keuntungan lain bila seorang konsumen melakukan pengaduan adalah dapat digunakan sebagai titik tolak untuk perbaikan mutu produksi atau jasa dan memperbaiki kekurangan-kekurangan lain yang ada, dan dapat memudahkan pengawasan atau control terhadap barang-barang atau jasa yang beredar di pasaran.

Dengan melihat skor rata-rata dari masing-masing program studi yang terdapat di jurusan PTBB tersebut, tampak bahwa kesadaran mahasiswa untuk melakukan pengaduan program studi Pendidikan Teknik Boga, program studi Pendidikan Teknik Busana, program studi Teknik Boga, program studi Teknik Busana, dan program studi Teknik Rias Kecantikan, untuk melakukan pengaduan tergolong pada kategori rendah/kurang baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kesadaran mahasiswa untuk melakukan pengaduan bila dirugikan dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong sangat kecil. Hal ini terlihat pada semua program studi

masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan maupun sudah menjadi kebiasaan sehari-hari.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Kesadaran mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang/cukup baik. Kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga, D3 Boga, D3 Busana dan D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang/cukup baik, sedangkan kesadaran mahasiswa program studi S1 Busana dalam mengimplementasikan hak-haknya pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori rendah atau kurang baik. Mahasiswa sudah memiliki kesadaran dan sudah melakukannya dengan mengimplementasikan hak-hak konsumen ketika melakukan konsumsi, namun belum menjadi suatu kebiasaan sehari-hari. Masih sangat kecil kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan hak konsumen untuk mendapatkan advokasi. Adapun hak untuk atas mendapatkan informasi, hak pembinaan konsumen, hak mendapatkan ganti rugi, dan hak untuk memperoleh kebutuhan pokok, sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dilakukan oleh sebagian mahasiswa ketika melakukan konsumsi.
2. Kesadaran mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang/cukup baik. Kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori tinggi/baik, adapun mahasiswa S1 Busana, D3 Boga, dan D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori sedang/cukup baik. Namun kesadaran mahasiswa program studi D3 Busana untuk mengimplementasikan kewajibannya sebagai konsumen pada saat berkonsumsi termasuk pada kategori rendah atau kurang baik. Kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan aspek-aspek kewajiban konsumen ketika melakukan konsumsi dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong kecil berada di bawah lima puluh persen yang sudah melakukan. Aspek kewajiban untuk bersikap kritis hanya sebagian kecil mahasiswa yang sudah menjadi

kebiasaan sehari-hari dilakukan pada saat melakukan konsumsi, demikian halnya dengan aspek kewajiban untuk memiliki rasa setia kawan masih tergolong rendah diimplementasikan oleh para mahasiswa.

3. Kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen termasuk pada kategori sedang/cukup baik. Kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga tergolong tinggi/baik, adapun mahasiswa D3 Boga, D3 Busana dan D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan konsumen sebagai konsumen pada termasuk pada kategori sedang/cukup baik. Sedangkan kesadaran mahasiswa program studi S1 Busana dalam mengimplementasikan gerakan perlindungan sebagai konsumen termasuk pada kategori rendah atau kurang baik. Kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan konsumen dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong kecil. Semua program studi masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan maupun sudah menjadi kebiasaan sehari-hari untuk mengimplementasikan gerakan perlindungan konsumen.
4. Kesadaran para mahasiswa jurusan PTBB untuk mengimplementasikan pengaduan bila dirugikan ketika berkonsumsi termasuk pada kategori rendah/kurang baik. Kesadaran para mahasiswa program studi S1 Boga, program studi S1 Busana, program studi D3 Boga, program studi D3 Busana dan program studi D3 Rias Kecantikan untuk mengimplementasikan pengaduan bila dirugikan termasuk pada kategori kurang baik. Kesadaran mahasiswa untuk mengimplementasikan pengaduan bila dirugikan dan sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari masih tergolong sangat kecil, semua program studi masih berada di bawah lima puluh persen mahasiswa yang sudah melakukan maupun sudah menjadi kebiasaan sehari-hari untuk mengimplementasikan pengaduan bila dirugikan ketika melakukan konsumsi.

B. Saran

Untuk meningkatkan kualitas kesadaran mengimplementasikan hak-hak konsumen, kewajiban konsumen, gerakan perlindungan konsumen, dan melakukan

pengaduan oleh para mahasiswa sebagai konsumen, disarankan upaya-upaya antara lain:

1. Memperbanyak bentuk-bentuk studi kasus dan pemecahannya melalui refleksi, diskusi serta memaknainya, dalam proses pembelajaran pendidikan konsumen tentang permasalahan-permasalahan yang diakibatkan oleh seorang konsumen bila tidak menggunakan hak-haknya pada saat melakukan konsumsi barang maupun jasa, tidak bertanggung jawab menjadi konsumen, tidak menerapkan perlindungan konsumen, serta tidak melakukan pengaduan bila dirugikan.
2. Mahasiswa melakukan penelitian sederhana dengan mengidentifikasi permasalahan tentang akibat tidaknya menerapkan hak-haknya pada saat melakukan konsumsi barang maupun jasa, tidak bertanggung jawab menjadi konsumen, tidak menerapkan perlindungan konsumen, serta tidak melakukan pengaduan bila dirugikan.
3. Mahasiswa diajak untuk melakukan studi lapangan ke Yayasan Lembaga Konsumen terhadap berbagai masalah dan penanganannya untuk berbagai kasus akibat berkonsumsi, sejauh mana keberhasilan dan terbaikannya permasalahan yang diakibatkan oleh proses konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (1993). Pendidikan konsumen. *Diktat kuliah*. PKK. FIP Univ. Syiah Kuala Darussalam, Aceh.
- Bannister, R. (1996). Consumer education in the United States: A historical perspective. Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari http://emich.edu/coe/monday/mr_231.html.
- Kerka, S. (1993). Consumer education for high school students. *Trend and Issues* Artikel. Diambil pada tanggal 17 September 2002, dari http://eric.uoregon.edu/trendsissues/choice/selected_abstracted/research.html.
- Knapp, J. P. (1991). The Benefits of Consumer Education A Survey Report. *Publication*. Artikel. Diambil pada tanggal 15 Agustus 2002, dari <http://Search.thegateway.org/query.html>.
- Pantun, S. & Felicia, D. (1979). *Pendidikan konsumen*. Jakarta: Depdikbud.
- Riswanto, I. (17 April 1997). Hati-hati Menghadapi Taktik Penjual. *Kompas*, p. 9.
- Sudaryati, S. (1995). Pendidikan konsumen. *Diktat Kuliah PKK*. Yogyakarta: FPTK IKIP.
- Tantri. (1995). *Gerakan organisasi konsumen*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.
- Topatimasang, R. (1990). *Menggeser neraca kekuatan*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen.