

Role of Industry in Consumer Education and Wellness Program

Adelya Desi Kurniawati, STP., MP., M.Sc

Tujuan Pembelajaran

- Siapa konsumen itu?
- Alasan pentingnya pendidikan konsumen
- Pengertian dan tujuan pendidikan konsumen
- Kekuatan yang mendorong perlindungan konsumen

Siapakah konsumen itu?

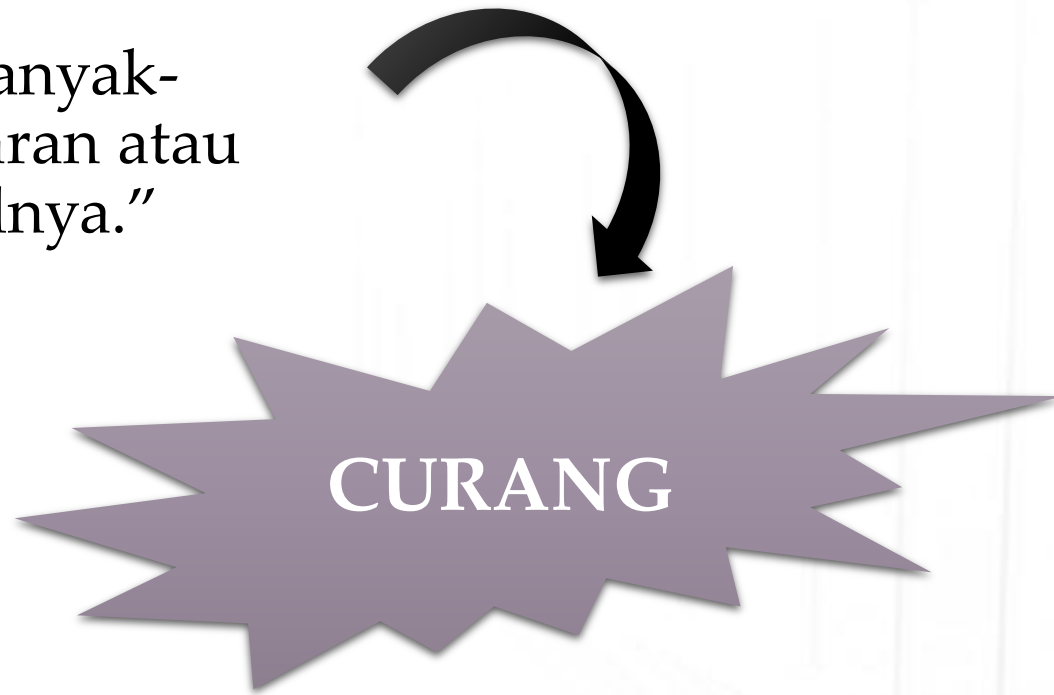
- Berasal dari kata : consumer (Inggris-Amerika) atau consument (Belanda)
- © Pengertian konsumen tergantung dimana ia berada
- © Arti konsumen (“lawan dari produsen”) :

Definisi konsumen...

1. orang yang menggunakan barang (Nasution 2001)
2. orang yang memakai barang, jasa atau alam lingkungan
3. Orang yang membeli, menggunakan dan membuang bekas penggunaan barang atau jasa yang telah dibelinya (Topatimasang, Fakhri, Widjanarka 1990)
4. Siapa saja yg membelanjakan uang untuk membeli barang dan jasa
5. Orang yang membeli barang dan jasa yang merupakan produk paling akhir dari sistem ekonomi
6. 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 (UUPK)

Prinsip Ekonomi

“Mencari keuntungan sebanyak-banyaknya dengan pengeluaran atau pengorbanan sekecil-kecilnya.”



Kecurangan Pelaku Usaha Yang merugikan Konsumen

1. Menaikkan harga
2. Menurunkan mutu
3. Dumping, menurunkan harga hingga di bawah biaya produksi dengan tujuan menjatuhkan pelaku usaha lain
4. Memalsukan produk

A Smart Consumer...

- Konsumen yang mengerti hak dan kewajibannya
- Secara mandiri dapat memproteksi dirinya, keluarganya dan lingkungannya dengan meneliti kebenaran informasi mengenai produk yang akan dibeli, dikonsumsi dan dimanfaatkannya
- Ikut membangun tanggung jawab pelaku usaha → agar memproduksi dan memperdagangkan barang yang memenuhi persyaratan perlindungan konsumen → melalui pengawasan, kritisi, dan feedback
- Mendahulukan produk bangsa sendiri dibanding produk dari bangsa lain, kecuali tidak ada substitusinya didalam negeri.

Sumber : Direktorat Perlindungan Konsumen



Konsumen yang baik adalah...

Konsumen yang baik:

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

“MATA SEORANG KONSUMEN”

Hak- Hak Konsumen



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.

Hak Konsumen (Con't...)

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 perundangundangan 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

Pendidikan konsumen

“Suatu proses mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki dan pengambilan keputusan konsumen”

-(Michigan Consumer Education Center)-
(Garman, 1991)

Konsumen

Pendidik Konsumen

“Memberikan pengetahuan kepada konsumen agar mereka mempunyai perisai dlm menghadapi perilaku pengusaha atau produsen atau penjual dengan serangannya yg gencar melalui promosi yg mereka lakukan”

Tujuan Pendidikan Konsumen

“Meningkatkan kesadaran & pengetahuan konsumen khususnya mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen”

3 Konsep Dasar Pendidikan Konsumen

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

Tujuan Khusus Pendidikan Konsumen

- **Menentukan pilihan atas barang & jasa dg tepat yg dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan**
 - **Bagaimana mempergunakan uang, waktu dan tenaga untuk menyelaraskan keinginan dan kebutuhan**
- **Perencanaan anggaran yang baik**
- **Sadar pada lingkungan**
- **Mengungkapkan masalah, mengatasi masalah, bertindak mengatasi masalah yg berkaitan konsumen**
- **Menyebarkan kesadaran**

Manfaat Pendidikan Konsumen

Pelaku	Manfaat yang diperoleh
Konsumen	Informasi yang dapat membantu untuk dapat menentukan pilihan barang jasa di pasar
Pebisnis	Aktifitas yang dapat membantu penjualan barang dan jasa
Pemerintah	Program yang melengkapi hukum dan regulasi yang membantu perkembangan kompetisi perdagangan
Pengacara konsumen	Penyediaan informasi bagi konsumen untuk melindungi mereka dari praktek perdagangan yang curang dan eksploitasi pasar
Pendidik konsumen	Pengembangan pengetahuan dan ketrampilan untuk membantu konsumen agar dapat berperan efektif di pasar

Mengapa Pendidikan Konsumen Penting???

- **Kemajuan teknologi** : lebih banyak barang/jasa dg beragam kualitas & kuantitas
- **Persaingan antar pedagang atau produsen** : semakin canggih teknik promosi membujuk konsumen
- **Sifat konsumen** : keinginan tak terbatas (keinginan vs kebutuhan)
- **Fakta lemahnya posisi tawar menawar konsumen** (kasus-kasus yang merugikan konsumen)

Faktor yang Mendorong Pendidikan & Perlindungan Konsumen

1. Praktek-praktek pemasaran
 1. Konsep pemasaran : pemasaran produksi
 2. Segmentasi pasar : membedakan produk
 3. Usaha memasarkan : iklan, potongan harga, kemasan
2. Perubahan teknologi
 1. Bahan alam vs Bahan sintetis
 2. Bahan Tambahan Pangan (BTP)
 3. Meningkatnya pemalsuan makanan © imitasi
3. Perkembangan sosial
 1. Masyarakat lebih maju, lebih mampu, lebih kritis
 2. Gerakan menuju perlindungan konsumen
 1. buku-buku/media massa
 2. perhatian pd masyarakat tertentu (orang tua, anak-anak, orang-orang miskin)
 3. UU perlindungan konsumen (Consumers Bill of Rights- JF Kennedy)

Perlindungan Konsumen

“Kegiatan memberikan penerangan, penyuluhan ataupun pendidikan kepada konsumen, tidak saja ilmu mengenal barang, tetapi yg lebih penting ialah membangkitkan kesadaran dan kegairahan akan perlindungan terhadap keselamatan, kesehatan dan kelangsungan hidup”

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”

Kepastian hukum itu berarti konsumen mempunyai hak untuk memperoleh barang dan atau jasa yang menjadi kebutuhannya serta mempunyai hak untuk menuntut apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.

Kepastian hukum tersebut secara umum bertujuan untuk memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat.

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

Perlindungan Konsumen

Pemerintah

- Undang-undang/ peraturan
- Penentuan standar/SNI
- Sanksi pelanggaran

Produsen atau Pedagang

- Promosi (iklan dan informasi lainnya)
- Food Labelling

Masyarakat/ Konsumen

- Pengaduan
- Teliti dlm membeli
- Hak konsumen

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

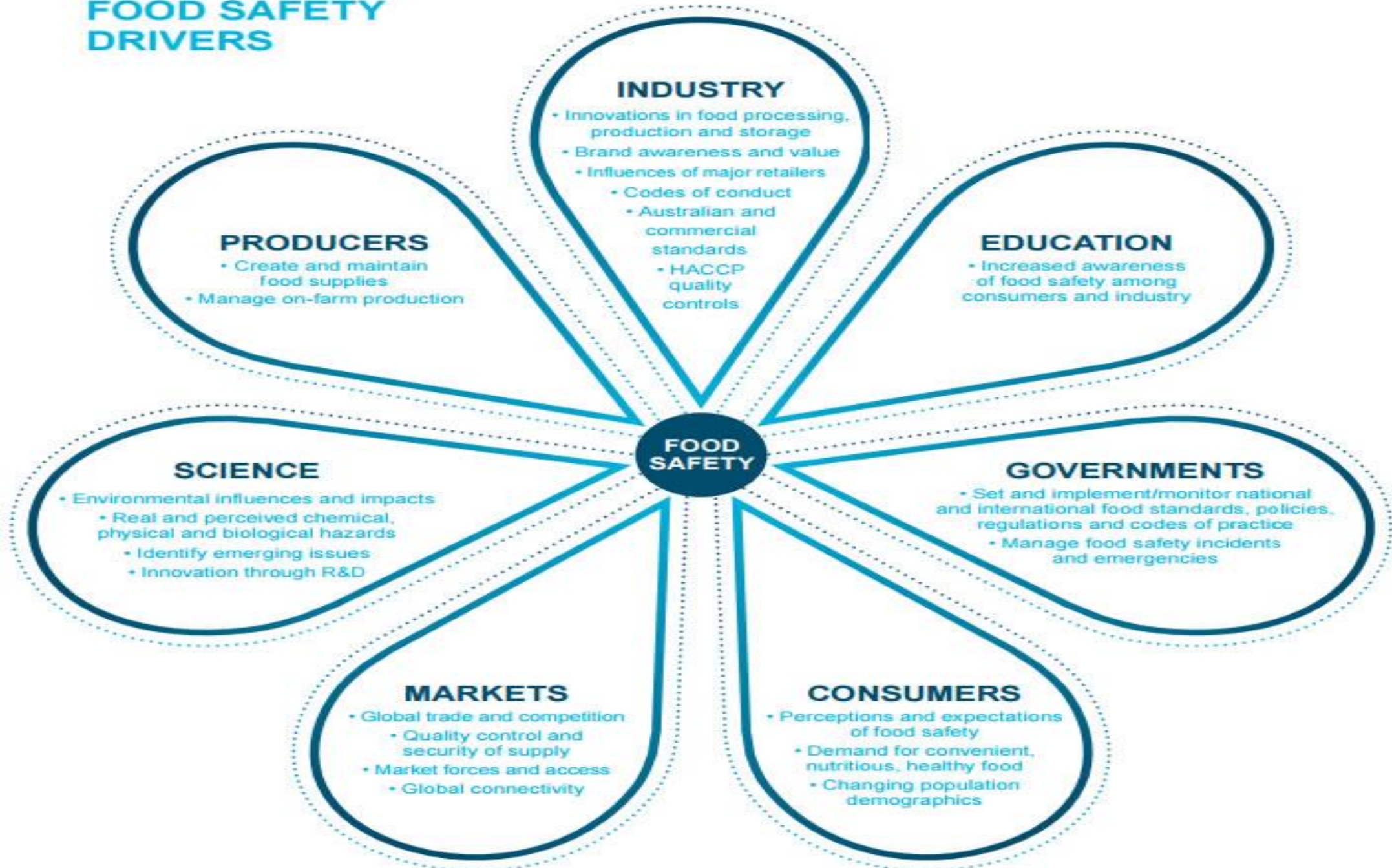
Tanggung Jawab Pelaku Usaha

- Manufacturers are responsible for their product and communication: thus for relevant product information
- Retailers are responsible for providing this information and answering elementary questions on rights / duties
- Sector organization is responsible for providing its members with information on rights / duties, transparency in markets, manuals for sales staff in shops

Tindakan Pelaku Usaha

1. Memberikan informasi yang benar-benar melalui “Label Makanan”
2. Melakukan marketing/ pemasaran dengan advertisement/ iklan yang mendidik
3. Memberikan sosialisasi mengenai produk (produk yang bersifat spesial)
4. Memberikan harga sesuai dengan pertimbangan biaya produksi dan market

FOOD SAFETY DRIVERS



Reference

- TemaNord. 2009. Teaching Consumer Competences – a Strategy for Consumer Education. Nordic Council of Ministers, Copenhagen.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tahun 1999.
- Marion Giordan. Consumer Education (RLE Consumer Behaviour): A Handbook for Teachers.
- Nordic Council of Ministers, Teaching Consumer Competences: A Strategy for Consumer Education.

Terima Kasih

Materi dapat diunduh di

adelyadesi.lecture.ub.ac.id