



SEMINAR NASIONAL HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

SOSIALISASI KONSUMEN CERDAS PADA IBU-IBU PKK KELURAHAN KREMBANGAN SELATAN UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sarham Agung Sukur Pelu ^{*1},
Muhammad Iqbal Sukur Pelu ²,
Saripah Ohorella ³

¹²³) Universitas Terbuka

*Corresponding author
Email : ahampelu@gmail.com

Abstrak

Konsumen yang cerdas tidak hanya konsumen berpikir/berperilaku kritis dan berani memperjuangkan haknya jika barang/jasa yang dibeli tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, tetapi konsumen juga harus mengerti akan hak dan kewajibannya. Sayangnya dewasa ini, banyak konsumen yang tidak mengerti akan hak dan kewajibannya sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga, perlu diadakan sosialisasi konsumen cerdas kepada masyarakat luas. Salah satunya yakni komunitas ibu-ibu PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga). Tujuan sosialisasi konsumen cerdas kepada ibu-ibu PKK ini adalah untuk menciptakan agen perubahan dalam perlindungan konsumen melalui ibu-ibu Rumah Tangga sebagai kelompok konsumen terbesar di Indonesia. Ibu-ibu PKK Kelurahan dapat juga menularkan kiat konsumen cerdas pada lingkungan RW dan RT. Sehingga diharapkan ibu-ibu rumah tangga mengetahui tentang perlindungan konsumen, agar hak sebagai konsumen dapat terpenuhi.

Kata kunci: konsumen cerdas, perlindungan konsumen, ibu-ibu PKK

Abstract

Smart consumers are not only consumers who think/ behave critically and have the courage to fight for their rights if the goods/services purchased do not comply with the required standards and are not in accordance with what was promised, but consumers must also understand their rights and obligations. Unfortunately, nowadays, many consumers do not understand their rights and obligations in accordance with Law of the Republic of Indonesia Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. So, it is necessary to socialize smart consumers with the wider community. One of them is the PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) women's community. The aim of socializing Smart Consumers to PKK mothers is to create agents of change in consumer protection through housewives as the largest consumer group in Indonesia. Village PKK women can also pass on smart consumer tips to the RW and RT environments. So it is hoped that housewives will know about consumer protection, so that their rights as consumers can be fulfilled.

Keywords: smart consumer, consumer protection, housewives

© 2023 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved