

BUDAYA SADAR BERKONSTITUSI: IMPLEMENTASI PENDIDIKAN HAK-HAK KONSUMEN

Nurma Khusna Khanifa¹, Dian Ratu Ayu Uswatun Khasanah²

¹Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Sains Al Qur'an Jawa Tengah di Wonosobo
Jl. KH. Hasyim Asy'ari KM. 03 Kalibeber, Kec. Mojotengah, Wonosobo 56351 Jawa Tengah,
Indonesia

²FHISIP, Universitas Terbuka
UPBJJ UT Semarang, Jl. Pantura Semarang - Kendal Km 14.5, Mangkang Wetan, Kec. Tugu,
Semarang, Jawa Tengah 50156, Indonesia
nurmakhusna@unsiq.ac.id

Abstract

Various consumer protection issues in Indonesia are relatively low. This is contradictory to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Moreover, the consumer problem does not underlie the mandate of the 45th Constitution. So it takes goodwill through consumer education to realize the constitution conscious. The purpose of this study is to control the Indonesian economy based on the Constitution45 Article 3 and Pancasila in order to realize social welfare. The research methodology uses a normative approach with descriptive analysis through secondary sources. The result of his research is that the Indonesian economy is regulated in Pancasila and the Constitution45. Thus it is necessary to be aware of constituting through consumer education. This education helps strengthen the position of consumers in understanding consumer rights in Article 4 of the PK Law. Article 4 itself is part of the constitutional rights and the form of a prosperous state in the Constitution45 Article 27 paragraph 2 and Article 33.

Keywords: *Constitution; Consumer; State*

Abstrak

Berbagai masalah perlindungan konsumen di Indonesia terbilang rendah. Hal ini kontradiktif dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Terlebih masalah konsumen tidak mendasari amanat UUD 45. Sehingga dibutuhkan goodwill melalui pendidikan konsumen mewujudkan sadar konstitusi. Tujuan penelitian ini ialah mengkawal ekonomi Indonesia berdasar UUD45 Pasal 3 dan Pancasila demi mewujudkan kesejahteraan sosial. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan normative dengan analisis deskriptif melalui sumber sekunder. Hasil penelitiannya ialah ekonomi Indonesia diatur dalam Pancasila dan UUD45. Dengan demikian diperlukan sadar berkonstitusi melalui pendidikan konsumen. Pendidikan ini membantu menguatkan posisi konsumen dalam memahami hak-hak konsumen pada Pasal 4 UU PK. Pasal 4 sendiri bagian dari hak konstitusi dan wujud negara sejahtera yang ada dalam UUD45 Pasal 27 ayat 2 dan Pasal 33.

Kata Kunci: *Konstitusi; Konsumen; Negara*

A. Pendahuluan

Seringkali posisi konsumen di Indonesia disalahgunakan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki iktikad baik. Hal ini terlihat ketika pelaku usaha melancarkan aksi usahanya dengan mengeruk keuntungan setinggi-tingginya, apalagi dengan sumber daya yang minim. Maka dari

itu bisa disimpulkan bahwa masyarakat masih memiliki tingkat kesadaran dan pengetahuan terbilang cukup rendah di bidang konsumen.¹ Melihat mirisnya kenyataan tersebut, tidak heran jika Indonesia sebagai negara berkembang permasalahan kepentingan konsumen selalu dan seringkali disetir oleh kekuatan luar yang berasal dari Pemerintah maupun pelaku usaha. Biasanya suara konsumen terdengar *lirih*, ketimbang suara pelaku usaha yang mudah didengar dan memiliki gaung di hadapan Pemerintah. Padahal pertumbuhan ekonomi dalam sebuah negara harus memiliki konsep intergral. Maksudnya ialah ekonomi bertujuan untuk memakmurkan rakyat (konsumen) bukan kemakmuran segelintir rakyat.²

Hal ini, tertuang di dalam Amandemen Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1954 (UUD 45). Sejatinya Amandemen ini membawa dampak yang signifikan terkait perubahan mendasar dan fundamental terkait *system* ketatanegaraan di Indonesia. Salah satu perubahan tersebut ialah memunculkan adanya konstitusi yang berasal dari kesepakatan pendiri bangsa dalam merumuskan kebijakan bahkan tujuan negara.³

Dengan kata lain, konstitusi dijadikan sebagai sumber hukum tertinggi bahkan dasar dalam penyelenggaraan negara. Fungsi konstitusi sendiri digunakan untuk membatasi kekuasaan serta terjaminnya hak asasi dan menjamin kebebasan rakyat. Indonesia sendiri mendeklarasikan sebagai negara hukum yang didasarkan pada Pasal 1 ayat 3 UUD45. Melihat ini secara tidak langsung terdapat transformasi yang memiliki prinsip dan orientasi semakin jelas, yaitu negara hukum dibalut dengan demokrasi.⁴

Salah satu cara dalam menegakkan hak-hak konstitusial dibutuhkan wadah yang memadai. Baik itu dari sisi kelembagaan maupun peraturan. Dalam hal ini permasalahan konsumen harus didukung dengan Lembaga konsumen dan aturan konsumen. Sampai saat ini kelembagaan advokasi konsumen terdapat Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), dan peraturan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK).⁵

¹ David Oughton dan John Lowry. (1997). *Textbook on Consumer Law*. London: Blackstore Press Ltd. Hal. 10-11.

² Pasal 1 angka 1 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan perlindungan konsumen adalah segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

³ Ahmad Fadhil Sumad. *Politik Hukum Konstitusi dan Mahkamah Konstitusi, Aktualisasi Konstitusi dalam Praksis Kenegaraan*. Malang: Setara Press. 2013. Hal. 3.

⁴ Satya Arinanto dan Nunik Triyanti. (2009). (ed). *Memahami Hukum dari Konstruksi sampai Implementasi*. Jakarta: Rajawali Press.Hal.222.Dalam Bachtiar. (2015). *Problematika Implementasi Putusan Mahkamah Konstitusi Pada Pengujian UU Terhadap UUD*. Jakarta: Raih Asa Sukses.Hal. 21.

⁵ Hadirnya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Lihat Abdul Hallim Barkatullah. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen "Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran"*. Banjarmasin: FH Unlam Press.Hal. 4.

Guna mendukung konstitusi dan meminimalisir masalah terkait konsumen terlebih perlindungannya yang terjadi di berbagai Daerah bisa dikatakan berawal dari pedesaan hingga perkotaan. Menurut hasil penelitian Sarah Selfina Kuahaty⁶ kejadian ini disebabkan para pihak (konsumen ataupun pelaku usaha) tidak memahami hak dan kewajiban sebagai mana tertuang dalam UU PK. Maka dibutuhkan pendidikan konsumen yang bisa membantu meningkatkan pemahaman terhadap hak dan kewajiban serta sengketa konsumen.

Rendahnya pendidikan konsumen menjadi *factor* utama kelemahan dan kesadaran konsumen. Hal ini diungkapkan oleh Budi Sutrisno⁷ dalam hasil penelitiannya. Seharusnya adanya UU PK sebagai landasan hukum serta advokasi lembaga dimanfaatkan sebagai fasilitas pembinaan, pendidikan dan pemberdayaan konsumen.

Melihat hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa masalah konsumen terkait perlindungannya memang masih rendah. Padahal negara sudah memiliki kebijakan perlindungan (UU PK) bisa dibidang kontradiktif. Apabila melihat lebih jauh berdasar UUD 45 terkait aturan sebelum diamandemen maka fenomena ini sangat tidak berdasar. Seyogyanya ekonomi berasaskan kekeluargaan. Sehingga peneliti ingin memberikan sumbangsih pemikiran sebagai tujuan penelitian untuk mengkawal perekonomian dengan berpedoman kesejahteraan sosial sebagai hakikatnya. Pilot *project* ini didasarkan UUD 45 Pasal 3 dan Pacasila sebagai filosofi bangsa.

Oleh karena itu, Pasal 33 UUD 45 perlu dikontrol maka diperlukan *goodwill* dalam sebuah penyelenggaraan negara guna mewujudkan Indonesia sejahtera berdikari di masa depan. Embanan konstitusi pun perlu dijalankan sebagai landasan berasaskan kekeluargaan serta dijalankan menyeluruh (*bottom up*). Dengan demikian perlu penumbuhan budaya sadar konstitusi masyarakat melalui Pendidikan hak-hak konsumen. Maka dari itu masalah yang akan dikaji ialah bagaimana implementasi pendidikan hak-hak konsumen dalam membangun budaya sadar berkonstitusi. Hal ini diangkat dikarenakan perlindungan konsumen di Indonesia terbilang cukup rendah. Sehingga penelitian ini menjadi pembeda dengan penelitian lainnya, dimana kebanyakan peneliti mengangkat masalah pendidikan konsumen melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat.

⁶ Kuahaty, S.S., Berlianty, T., Pesulima, T.L., Balik, A., & Lesnussa, M. (2021). Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah. *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum*, 1(2), Hal. 63 – 72. DOI: <https://doi.org/10.47268/aiwadthu.v1i2.656>.

⁷ Sutrisno, B., Kurniawan, K., Martini, D., & Haq, L. H. U. (2020). Penyuluhan Hukum Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Lombok Barat. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5(1), Hal. 226-240.

B. Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah berjenis penelitian studi kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan *normative*. Sumber data berasal dari data sekunder berasal dari karya tulis ilmiah, artikel jurnal, buku serta hasil penelitian yang sesuai dengan penelitian ini. Sedangkan hasil analisisnya berasal dari analisis deskriptif.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Undang-Undang Dasar 1945 sebagai Konstitusi Ekonomi Indonesia

Secara umum, negara sebagai Lembaga resmi pemerintahan memiliki rujukan berupa naskah yang biasa dijadikan sumber utama dalam berkonstitusi. Indonesia sendiri memilikinya berupa UUD 45. Sebagai konstitusi tentunya UUD 45 dijadikan hukum mengikat terlebih kekuasaan negara paling tinggi. Maka tidak heran jika Indonesia memiliki kedaulatan. Kedaulatan disini diartikan sebagai sumber legitimasi konstitusi yang berasal dari rakyat. Memposisikan rakyat merupakan cermin negara demokrasi terlebih rakyat menentukan berjalannya konstitusi.⁸

Ketika konstitusi berjalan tidak boleh meninggalkan UUD 45 yang dikatakan sebagai hukum. Salah satu kebijakan berdasar konstitusi adalah merumuskan strategi ekonomi otomatis UUD 45 mendasarinya. Oleh karenanya setiap kebijakan berbau ekonomi bertentangan dengan konstitusi dapat segera dibatalkan bahkan tidak berlaku. Terdapat prosedur konstitusional guna membatalkannya melalui Mahkamah Konstitusi (MK) biasanya dilakukan *judicial review*.

Namun UUD 45 dikatakan tonggak awal harus merujuk pada Pancasila. Penafsiran lima sila yang ada dalam Pancasila sudah seharusnya diamalkan dan dijalankan di berbagai lintas kehidupan salah satunya ekonomi. Butir-butir Pancasila mengandung arti kedalaman yang luhur dan berisi nilai-nilai kebaikan. Maka sektor ekonomi negara harus hadir menerapkannya tidak boleh tumpang tindih.⁹

Gambaran kehidupan berekonomi yang berlandaskan Pancasila dan UUD 45 sebagai aturan dasar konstitusi Indonesia ada dalam Pasal 27, 33 dan 34. Walaupun memiliki landasan yang kuat seringkali ekonomi Indonesia terbawa arus deras perubahan ekonomi global yang berbau kapitalis maupun sosialis. Sebagai bangsa yang besar seharusnya Indonesia bisa memfilter gerakan ekonomi tersebut. Tujuannya tidak lain ekonomi sejalan dengan pribadi bangsa. Bahkan Indonesia memiliki tujuan mulia dalam ikut serta menjaga dan memelihara ketertiban dunia. Sangat diharapkan rakyat negara benar-benar hadir memberikan perhatian di

⁸ John Rawls. (2006). *Teori Keadilan: Dasar-Dasar Filsafat Politik Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Negara (A Theory of Justice)*, diterjemahkan oleh Uzair Fauzan dan Heru Prasetyo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 280-288.

⁹ Bernhard Limbong. (2011). *Ekonomi Kerakyatan dan Nasionalisme Ekonomi*. Jakarta: Margaretha Pustaka. Hal. 45.

tengah dinamika politik melalui hukum perlindungan konsumen.¹⁰ Hal ini menandakan adanya sumbangsih negara mewujudkan ekonomi sejahtera yang berpijak UUD45. UUD 45 sendiri memiliki muatan materi ditegaskan dan dinyatakan dalam tujuan negara tersirat dalam alinea IV Pembukaan UUD 45 berbunyi:

*...Untuk membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum...*¹¹

Ide kesejahteraan dan perlindungan tersebut, diderivasikan melalui berbagai regulasi dan intervensi negara, untuk menyejahterakan dan melindungi warganya, tentu saja negara harus mengantisipasi dan mengoreksi terhadap ancaman kegagalan pasar (*market failure*), karena dapat meruntuhkan ekonomi rakyat sekaligus ekonomi negara.¹² Mewujudkan kesejahteraan signifikasi di Indonesia aslinya diatur dalam UU PK. Undang-Undang ini hadir menjadi bagian pengejawantahan amanat UUD 45 sebagai konsep negara sejahtera. Walaupun UUD 45 sebagai hasil konstitusi berbau politik namun dapat dikatakan sebagai konstitusi ekonomi. Maksudnya ialah konstitusi yang memiliki kandungan berbagai ide negara sejahtera guna tumbuh kembang terpengaruh *system* ekonomi sosialis dan kapitalis sejak abad ke 19.¹³

Gambaran konstitusi sejatinya masuk dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sejatinya mengandung asas hukum. Asas hukum merupakan nadi dari sebuah peraturan hukum. Salah satu asas kepastian hukum. Asas kepastian hukum, sejatinya keberadaan asas ini dimaknai sebagai suatu keadaan dimana telah pastinya hukum karena adanya kekuatan yang konkret bagi hukum yang bersangkutan.¹⁴

2. Implementasi Pendidikan Hak-Hak Konsumen sebagai Budaya Sadar Berkonstitusi

Perlindungan konsumen yang memihak rakyat sangat diperlukan, oleh karenanya dibutuhkan adanya pemahaman isi dari perlindungan tersebut melalui Pendidikan konsumen.

¹⁰ Soedimani Kartohadiprodjo. (1993). *Tata Hukum di Indonesia*. Cetakan ke-12. Jakarta: Ghalia Indonesia. Hal. 37.

¹¹ Mariam Budiarjo. (2001). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2001. Hal. 45.

¹² Nurma Khusna Khanifa, Imam Ariono, Handoyo Handoyo. (2020). "PERLINDUNGAN KONSUMEN: PENCANTUMAN LABEL HALAL TANPA SERTIFIKAT MUI PERSPEKTIF MAŞLAHAH MURSALAH." *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam* 20, No. 2. Hal. 147-166.

¹³ Jimly Asshiddiqie. (1998). "Undang-Undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan", *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya*. Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Hal. 1-2. Konsep Negara Kesejahteraan ini dinamakan oleh Muhammad Hatta sebagai konsep Negara "pengurus". Lihat. Muhammad Yamin. (1960). *Naskah Persiapan Undang-Undang Dasar 1945*. Jakarta: Jajasan Prapantja. Hal. 298.

¹⁴ M. Julyano, and A. Y. Sulistyawan, (2019). "PEMAHAMAN TERHADAP ASAS KEPASTIAN HUKUM MELALUI KONSTRUKSI PENALARAN POSITIVISME HUKUM," *CREPIDO*, vol. 1, no. 1, pp. 13-22, Jul. <https://doi.org/10.14710/crepido.1.1.13-22>.

Pendidikan konsumen dijabarkan oleh Knapp¹⁵ diartikan sebagai *managing consumer resources requires knowledge and skills processes and consumer decision initiatives*. Sedangkan Bannister¹⁶ mendefinisikan *Participation in determining political, social and economic decisions is strongly influenced by the welfare of each individual and the public interest. Therefore, it requires skills and knowledge to process it*.

Melihat dua pendapat di atas dapat dikerucutkan bahwa Pendidikan konsumen dilakukan guna mendapatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan melalui proses yang tidak singkat. Tujuannya bisa melakukan tindakan berupa keputusan konsumen dan wujud dari rakyat yang patuh.¹⁷ Maka konsep Pendidikan konsumen harus bisa melibatkan tindakan berupa : 1) mengatur keuangan pribadi; 2) memilih dan memutuskan; 3) partisipasi *public* (warga negara).¹⁸

Manfaat Pendidikan konsumen ini diharapkan konsumen memiliki posisi lebih kuat dan tidak direndahkan kembali. Karena konsumen acapkali menjadi objek aktivitas bisnis guna mendapatkan *profit* melalui cara-cara tidak baik. Selain itu pendidikan konsumen dapat meningkatkan pemahaman perlindungan konsumen bagi konsumen yang memiliki pendidikan rendah. Disinilah pentingnya konsumen mengenali dirinya dengan cara menjadi konsumen cerdas. Hal ini bisa meminimalisis kasus konsumen seperti penipuan, kecewa dan tidak puas. Dengan demikian konsumen mengetahui posis harkat martabat serta perjalanan yang konsisten mewujudkan hak dan kewajiban melalui perlindungan konsumen.

Dengan demikian, Pendidikan konsumen sejatinya perwujudan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan. Karenanya nilai ini sejatinya sesuatu hal yang diciptakan guna melahirkan perbuatan diri seseorang berdasar pilihan. Nilai yang ada ialah nilai yang mengandung etika terkait moral. Baik-buruk otomatis menyatu dengan tindakan maka diperlukan tanggung jawab *social*.¹⁹ Nilai-nilai moral yang ada dalam pendidikan konsumen sejatinya diambil dari falsafah Pancasila, penjabarannya pada Tabel 1.²⁰

Melihat konsep pada Tabel 1 dapat disampaikan bahwa pendidikan konsumen memiliki kandungan tinggi terkait nilai moral. Sehingga secara tidak langsung dapat membantu masyarakat mewujudkan sikap dan tingkah laku sebagai mana mestinya konsumen. Bahkan didorong untuk lebih bijaksana sesuai karakter pribadi bangsa. Maka sikapnya harus sejalan

¹⁵ Jhon. P. Knapp. (1991). *The Benefits of Consumer Education A Survey Report*. Michigan Consumer Education Center. p. 18.

¹⁶ Rosella Bannister. (1996). *Consumer Education In The United States: A Historical Perspective*. National Institute for Consumer Education.p. 101.

¹⁷ Tantri. (1995). *Gerakan Organisasi Konsumen*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Hal. 65.

¹⁸ A Ahmad. (1993). *Pendidikan Konsumen*. Diktat Kuliah. PKK. FIP Univ. Syiah Kuala Darussalam. Aceh. Hal. 30.

¹⁹ Dasim Budimansyah. (2009). *Pembelajaran Pendidikan Kesadaran Masyarakat Multikultural*. Cetakan ke-2. Bandung: PT. Genesindo. Hal. 92.

²⁰ JT Darmanto. dan PH. Sudharto. (1990). *Mencari Konsep Manusia Indonesia: Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Erlangga. Hal. 79.

dengan pandangan bangsa. Dengan demikian masyarakat Indonesia harus bisa mencerminkan pribadi dan pandangan bangsa dalam menjalankan kegiatan ekonominya khususnya konsumen.

Sehingga tujuan dan nilai yang terkandung dalam pendidikan konsumen sejatinya mendukung masyarakat memahami UU PK sebagai regulasi perlindungan konsumen di Indonesia. Salah satu Pasal yang harus dipahami ialah Pasal 4. Dimana Pasal 4 ini berisikan hak-hak konsumen, di antaranya: 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; 2) Hak untuk memilih barang dan/jasa serta mendapatkan barang dan/atau 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/atau jasa; 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; 5) Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut; 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen; 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan, 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 4 merupakan hak-hak fundamental serta memiliki ciri sebagai negara kesejahteraan serta sebagai wujud hak konstitusi bagi rakyat Indonesia. Maka Pasal 4 ini memiliki sangkut paut dengan Pasal 27 ayat 2²¹ dan Pasal 33²² UUD 45²³. Disinilah pentingnya hak-hak konsumen, bahkan bagian dari konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan zaman di masa akan datang.²⁴

²¹ Pasal 27 ayat (2) ini berbunyi: "Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan".

²² Pasal 33 ini berbunyi: "(1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat."

²³ Lihat Ketentuan konsiderans "Mengingat" dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

²⁴ Lihat Jimly Asshiddiqie. (2000) *"Dimensi Konseptual dan Prosedural Kemajuan Hak-Hak Asasi Manusia Dewasa ini, Perkembangan ke Arah Pengertian Hak Asasi Manusia Generasi Keempat"*, Paper Diskusi Terbatas tentang Perkembangan Pemikiran mengenai Hak Asasi Manusia, Institute for Democracy dan Human Rights, Jakarta: The Habibi Center. Hal. 12. Dasar pemikiran adanya generasi keempat hak-hak asasi manusia adalah bahwa untuk masa yang akan datang konsep hak asasi manusia tidak saja dalam konteks hubungan vertikal antara rakyat dengan negara, tetapi dalam hubungan horizontal, sesama warga masyarakat, dalam hal ini antara konsumen dan pelaku usaha, karena praktik eksploitasi tidak saja dalam hubungan vertikal tetapi juga dalam hubungan horizontal.

Tabel 1.
Nilai-Nilai Moral dan Tujuan Pendidikan Konsumen

Konsep Pendidikan Konsumen	Nilai Moral	Tujuan
1. Mengatur Keuangan Pribadi	1. Kesadaran diri sendiri	Tumbuh kesadaran tinggi guna membedakan kebutuhan dan keinginan terhadap barang yang akan dikonsumsi.
	2. Hemat	Hidup hemat jauh dari pemborosan dan berperilaku sederhana lebih mengutamakan <i>saving</i> serta efisien.
	3. Bijaksana	Memiliki kemampuan analisa dalam melihat jangkauan harga dan mutu yang disesuaikan dengan kebutuhan
	4. Bertujuan	Menjadi lebih bijaksana dalam pembelanjaan anggaran
	5. Berusaha/ produktifitas	Kreatif dengan mendayagunakan kemampuan memanfaatkan barang bekas guna meminimalisir biaya
	6. Menghargai nilai uang	Menumbuhkan sikap sayang terhadap barang dengan benar-benar merawat
	7. Sederhana	Hidup biasa kecukupan
2. Memilih dan Memutuskan	1. Teliti	Teliti sebelum membeli
	2. Berusaha cari informasi	Mencari tambahan informasi sebelum membeli
	3. Kritis	Waspada dan kritis terhadap barang/jasa yang dipakai
	4. Peka	Cermat dalam perubahan gerakan pasar
3. Partisipasi Public	1. Tanggung Jawab	Taat terhadap aturan negara untuk kehidupan sosial
	2. Toleransi sosial	Waspada dengan lingkungan sekitar
	3. Peduli	Membuat perhimpunan (advokasi) konsen terhadap konsumen
	4. Keadilan	Menciptakan suasana terbuka, rasional dan berperilaku adil
	5. Sadar lingkungan	Menjaga sumber daya alam untuk generasi berikut
	6. Nasionalisme	Menumbuhkan cinta produk dalam negeri

Sumber: Peneliti 2022

D. Simpulan

Pancasila dan UUD 45 merupakan cerminan *system* ekonomi di Indonesia. Adanya Undang-Undang terkait perlindungan konsumen serta Pasal hak-hak konsumen merupakan implementasi mewujudkan negara yang sejahtera. Hakikatnya UUD45 selain sebagai konstitusi politik juga sebagai konstitusi ekonomi. Maka diperlukan bangunan yang kokoh untuk mewujudkan sadar konstitusi dengan menjalankan pendidikan konsumen. Paling tidak melibatkan: 1) mengatur keuangan pribadi; 2) memilih dan memutuskan; 3) partisipasi *public* (warga negara). Dengan demikian pendidikan konsumen menjadi langkah awal menguatkan

posisi konsumen. Paling sedikitnya masyarakat bisa memahami hak-haknya sebagai konsumen yang termaktub dalam Pasal 4 UUPK. Hak-hak konsumen ini bagian deskripsi Pasal 27 ayat 2 dan Pasal 33 UUD 45 sekaligus sebagai hak konstitusional dan ciri negara sejahtera.

DAFTARI PUSTAKA

Buku:

- Ahmad, A. (1993) *Pendidikan Konsumen*. Diklat kuliah. PKK. FIP Univ. Syiah Kuala Darussalam. Aceh.
- Arinanto, Satya dan Nunik Triyanti. (ed).2009. *Memahami Hukum dari Konstruksi sampai Implementasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Asshiddiqie, Jimly. (2000). “Dimensi Konseptual dan Prosedural Kemajuan Hak-Hak Asasi Manusia Dewasa ini, Perkembangan ke Arah Pengertian Hak Asasi Manusia Generasi Keempat”, Paper Diskusi Terbatas tentang Perkembangan Pemikiran mengenai Hak Asasi Manusia, Institute for Democracy dan Human Rights, Jakarta: The Habibi Center.
- Asshiddiqie, Jimly. (1998) *Undang-Undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan*, Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya. Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- Bachtiar. (2015). *Problematika Implementasi Putusan Mahkamah Konstitusi Pada Pengujian UU Terhadap UUD*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Barkatulah, Abdul Hallim. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen “Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran”*. Banjarmasin: FH Unlam Press.
- Budiarjo, Mariam. (2001). *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Budimansyah, Dasim. (2009) *Pembelajaran Pendidikan Kesadaran Masyarakat Multikultural*. Cetakan ke-2. Bandung: PT.Genesindo.
- Darmanto, JT. idan PH. Sudharto. (1990) *Mencari Konsep Manusia Indonesia: Sebuah Bunga Rampai*. Jakarta: Erlangga.
- Kartohadiprodjo, Soediman. (1993) *Tata Hukum di Indonesia*. Cetakan ke-12. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Limbond, Bernhard. (2011). *Ekonomi Kerakyatan dan Nasionalisme Ekonomi*. Jakarta: Margaretha Pustaka.
- Oughton, David dan John Lowry. (1997). *Textbook on Consumer Law*. London: Blackstore Press Ltd.
- Rawls, John. (2006). *Teori Keadilan: Dasar-Dasar Filsafat Politik Untuk Mewujudkan Kesejahteraan Sosial Dalam Negara (A Theory of Justisce)*, diterjemahkan oleh Uzair Fauzan dan Heru Prasetyo. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sumadi, Ahmad Fadhil. (2013). *Politik Hukum Konstitusi dan Mahkamah Konstitusi, Aktualisasi Konstitusii dalam Praksis Kenegaraan*. Malang: Setara Press.
- Tantri. (1995). *Gerakan Organisasi Konsumen*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Yamin, Muhammad. (1960) *Naskah Persiapan Undang-Undang Dasar 1945*. Jakarta: Jajasan Prapantja.

Jurnal:

Bannister, Rosella. (1996). *Consumer Education In The United States: A Historical Perspective*. National Institute for Consumer Education. p. 101.

Julyano, M., and A. Y. Sulistyawan, (2019) "PEMAHAMAN TERHADAP ASAS KEPASTIAN HUKUM MELALUI KONSTRUKSI PENALARAN POSITIVISME HUKUM," *CREPIDO*, vol. 1, no. 1, pp. 13-22, Jul. <https://doi.org/10.14710/crepido.1.1.13-22>.

Khanifa, Nurma Khusna. Imam Ariono, Handoyo Handoyo. (2020). "PERLINDUNGAN KONSUMEN: PENCANTUMAN LABEL HALAL TANPA SERTIFIKAT MUI PERSPEKTIF MAŞLAĦAH MURSALAH." *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam* 20, No. 2. p. 147-166.

Knapp. Jhon. P. (1991). *The Benefits of Consumer Education A Survey Report*. Michigan Consumer Education Center. p. 18.

Kuahaty, S.S., Berlianty, T., Pesulima, T.L., Balik, A., & Lesnussa, M. (2021). Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah. *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum*, 1(2), p. 63 – 72. DOI: <https://doi.org/10.47268/aiwadthu.v1i2.656>.

Sutrisno, B., Kurniawan, K., Martini, D., & Haq, L. H. U. (2020). (Penyuluhan Hukum Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Lombok Barat. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5(1), p.226-240.

Undang-Undang:

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.