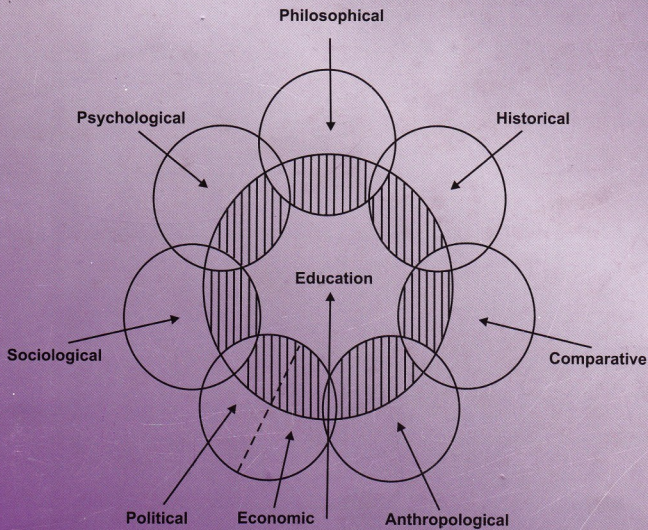


# FONDASIA

MAJALAH ILMIAH FONDASI PENDIDIKAN



**FORUM KAJIAN FONDASI PENDIDIKAN (FOKSIP)**  
**LABORATORIUM FSP FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN**  
**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

# FONDASIA

## Kajian Ilmiah Fondasi Pendidikan

Redaksi	
Ketua	: Dr. Farida Hanum
Sekretaris	: Arif Rohman, M.Si..
Anggota	: Dr. A. Dardiri T. Sulistyono, M.Pd., M.M. Dwi Siswoyo, M.Hum. Joko Sri Sukardi, M.Si.
Penyunting Ahli	: Prof. Imam Barnadib, M.A., Ph.D. (UNY) Prof. Suyata, M.Sc., Ph.D. (UNY) Dr. A. Sudiarja (USD) Dr. Mustain (UNAIR)
Penyunting Independen	: Dr. Suharko (UGM)
Penyunting Bahasa	: Eny Zubaeidah, M.Pd. Siti Nurbaya, M.Pd.
Desain Sampul	: L. Andriani P., M.Hum. Siti Irine AD., M.Si.
Sekretariat	: Rukiyati, M.Hum. Ariefa Efianingrum, M.Si. Y. Ch. Nany Sutarini, M.Si.
Sirkulasi	: I Made Suatera, M.Si. Drs. P. Priyoyuwono
Tata Letak	: Mami Hajaroh, M.Pd. L. Hendrowibowo, M.Pd.
Alamat	: Forum Kajian Fondasi Pendidikan (FOKSiP) Laboratorium FSP, FIP, UNY
Frekuensi	: 2 X setahun (Maret dan September)
Alamat Sekretariat	: FOKSiP (Forum Kajian Fondasi Pendidikan), Laboratorium FSP, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281

*Redaksi menerima artikel hasil penelitian / non penelitian yang berhubungan dengan fondasi-fondasi pendidikan meliputi filsafat pendidikan, sosio-antropologi pendidikan, psikologi pendidikan, ekonomi pendidikan, sejarah pendidikan, politik pendidikan dan pendidikan komparatif. Naskah yang dimuat akan mendapat nomor bukti penerbitan sebanyak 3 eksemplar. Pemuatan suatu naskah tidak selalu mencerminkan sikap dan pendirian redaksi. Penyunting melakukan penyuntingan atau perubahan atas tulisan yang dimuat tanpa mengubah maksud isinya.*

**TRANSFORMASI PENDIDIKAN NILAI DAN PEMBERDAYAAN EKONOMI MELALUI PENDEKATAN MODERNITAS INDIVIDU**

**Daftar Isi**

**Transformasi Pendidikan Nilai dan Pemberdayaan Ekonomi Melalui Pendekatan Modernitas Individu**

Oleh: Siti Irene Astuti D. Hal. 1 – 13

**Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi Budaya Keluarga dalam Meningkatkan Keberhasilan Sekolah**

Oleh: Joko Sri Sukardi. Hal. 14 -23

**Pendidikan Nilai Budaya dan Dinamika Perekonomian Asia**

Oleh: Rukiyati. Hal 24 – 36

**Pendidikan dan Pengembangan Nilai Budaya yang mendorong Pembangunan Ekonomi**

oleh: Ariefa Efianingrum . Hal. 37 – 51

**Pengaruh Sistem Nilai Kultural Terhadap Potret Ekonomi Politik Masyarakat (Sebuah Implikasi Tugas Pendidikan)**

Oleh: Arif Rohman. Hal . 52 -65

**Masalah-Masalah Pendidikan Bagi Kaum Marginal**

Oleh: P. Priyoyuwono. Hal 66 - 75

**Urgensi Pendidikan Bagi Konsumen di Era Pasar Bebas**

Oleh: Y. Ch. Nany Sutarni. Hal. 76 – 87.

## URGENSI PENDIDIKAN BAGI KONSUMEN DI ERA PASAR BEBAS

Oleh:

Yulia Ch. Nany Sutarini  
(Dosen FIP-UNY)

### Abstract

*Government Act No 8 1999 on the consumer's protection is an instrument to regulate the consumer's interest and protection that is available as a whole in all fields of people's Life. With the availability of mission to protect the consumer's interest, this act is called the umbrella act. The role of the educational institution and non-governmental organization is expected to be able to assist the consumer to know their duties in relation to the use of goods and services offered by producers. The dignity and prestige or the values of the consumer community can be improved and increased to protect themselves by the high consciousness, knowledge, care and self-help.*

*Keywords : consumer, education*

### A. Pendahuluan

Berbicara konsumen, maka seluruh masyarakat Indonesia yang berjumlah kurang lebih 200 juta jiwa, adalah konsumen. Apakah mereka itu pejabat tinggi atau non pejabat, orang kaya atau miskin, orang pintar maupun bodoh, kesemuanya adalah konsumen (AZ. Nasution, dengan editor Yusuf Shofie, 1998:11).

Konsumen merupakan bagian terbesar dalam roda perekonomian sekaligus memiliki peranan penting dan penentu, nampaknya belum memiliki posisi kuat. Aneka permasalahan yang terjadi antara konsumen dengan pengusaha membutuhkan arah perjuangan dengan landasan sikap peduli dan keberanian. Peranan LSM hanyalah wahana sementara perlindungan konsumen secara mutlak. Masyarakat dan individu sendirilah menjadi penentu manfaat kehidupan yang akan mereka jalankan.

Masyarakat konsumen sesungguhnya dapat memainkan peranan sebagai *sparing partner* para pengusaha. Upaya perbaikan atas kualitas produksi, jika dimulai dari keterlibatan konsumen sejak dini akan membuat keberadaan konsumen merasa dihargai.

Memupuk kepercayaan konsumen atas produk yang dikonsumsinya merupakan sikap profesional produsen yang mandiri di tengah-tengah persaingan global. Untuk menjaga