

Consumer empowerment profile in rural and urban area

Simanjuntak, Megawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20443408&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis profil keberdayaan konsumen dari perspektif demografi, sosial ekonomi dan kekosmopolitan, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya di wilayah perdesaan dan perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan rendahnya keberdayaan konsumen di perdesaan dan perkotaan. Secara umum, responden yang paling tidak berdaya berdasarkan perspektif demografi, sosial ekonomi dan kekosmopolitan adalah berusia > 37 tahun, bekerja di perdesaan, kategori pendapatan IDR 397,874.57/kapita/bulan di perdesaan dan perkotaan, besar keluarga 4 orang di perdesaan, lama pendidikan 9 tahun di perdesaan dan tidak kosmopolit di perdesaan. Tingkat pendidikan yang semakin tinggi dan responden yang semakin kosmopolit akan meningkatkan keberdayaan konsumen. Salah satu upaya untuk memberdayakan konsumen adalah dengan mengintensifkan pendidikan konsumen melibatkan pemerintah, LSM maupun swasta.

.....The purpose of this research was to analyze the profile of consumer empowerment and the influence of demographic characteristics, socio-economic status and cosmopolitaness on consumer empowerment in rural and urban area. The research finding indicated a low consumer empowerment in urban and rural area. In general, most respondents who were not categorized as empowered consumer were aged >37 years old, working in rural areas, included in income category ranged IDR 397,874.57/capita/month both in rural and urban areas, family size of 4 persons in rural areas, length of education 9 years in rural areas and not cosmopolite in rural areas. Higher level of education and the more cosmopolite the respondents would increase consumer empowerment both in rural and urban area. One of the attempts in empowering consumers is by intensifying consumer education involving government, NGOs, and private sector.