

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam bahasa Inggris diterjemahkan dari kata “*responsibility*” atau “*liability*”, sedangkan dalam bahasa Belanda, yaitu “*vereentwoodelijk*” atau “*aansparrkelijheid*” (<http://www.blogster.com/khaerulhтанjung/pelaku-usaha-dan-tanggung>).

Dalam Kamus Besar Indonesia, yang dimaksud dengan tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya jika terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan dan diperkarakan.

Tanggung jawab adalah wajib, menanggung, wajib memikul beban, wajib memenuhi segala akibat yang timbul dari perbuatan, rela mengabdikan, dan rela berkorban untuk kepentingan pihak lain (Abdulkadir Muhammad, 2000 : 94).

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha harus dapat dimintakan pertanggung jawaban, yaitu jika perbuatannya telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu (Wahyu Sasongko, 2007 : 93).

Tanggung jawab produk adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk (*producer manufactur*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan

suatu produk (*processor assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau yang mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut (H.E Saefullah yang dikutip dari kuliah tanggung jawab produk di Universitas Lampung).

Menurut kamus hukum, "Tanggung jawab produk yaitu tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah di bawanya kedalam peredaran yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut".

Ada 4 bentuk tanggung jawab (Munir Fuady, 1997 : 64), yaitu :

1. Tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan

Teori ini menyatakan bahwa seorang baru dapat dimintakan pertanggung jawaban secara hukum jika ada unsure kesalahan yang diberlakukannya.

2. Praduga untuk selalu bertanggung jawab

Teori ini menyatakan bahwa tergugat selalu dapat dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah.

3. Praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab

Teori ini adalah kebalikan dari prinsip yang kedua, dimana pelaku usaha tidak dapat diminta pertanggung jawabanya dan konsumenlah yang menanggung segala resiko. Teori praduga untuk tidak bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.

4. Tanggung jawab mutlak

Teori tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk meminta pertanggung jawaban pelaku usaha yang

memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab ini lebih dikenal dengan nama *product liability*.

5. Taggung jawab dengan pembatas

Teori ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatas mutlak harus berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Tanggung jawab pelaku usaha timbul karena adanya hubungan antara produsen dengan konsumen tetapi terdapat tanggung jawab masing-masing. Atas dasar keterkaitan yang berbeda maka pelaku usaha melakukan kontak dengan konsumen dengan tujuan tertentu yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan peningkatan produktifitas dan efisiensi. Sedangkan konsumen hubungannya untuk memenuhi tuntutan kebutuhan hidup. Maka dalam hal tersebut diatas pelaku usaha dapat dikenakan pertanggung jawaban apabila barang-barang yang dibeli oleh konsumen terdapat (<http://anoons2unair.blogspot.com/2008/06/perbandingan-prinsip-pertanggungjawaban.html>) :

1. konsumen menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang/jasa yang diproduksi produsen.
2. produk cacat dan berbahaya dalam pemakaian secara normal.
3. bahaya terjadi tetapi tidak diketahui sebelumnya.

Dengan demikian, pengertian tanggung jawab pelaku usaha yaitu keadaan yang disebabkan oleh pelaku usaha yang berkaitan dengan pembuatan produk yang terjadi karena kesalahan, kelalaian dan kurang hati-hati, sehingga mewajibkan pelaku usaha sebagai pembuat produk menanggung segala akibatnya sebagai resiko dari perbuatan tersebut.

B. Usaha Kecil

1. Pengertian Usaha Kecil

Menurut Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yaitu :

“Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini”.

Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Menurut Pasal 2 Undang-Undang No.20 Tahun 2008, Usaha Kecil berasaskan:

- a. Kekeluargaan;
- b. Demokrasi ekonomi;
- c. Kebersamaan;

- d. Efisiensi berkeadilan;
- e. Berkelanjutan;
- f. Berwawasan lingkungan;
- g. Kemandirian;
- h. Keseimbangan kemajuan; dan
- i. Kesatuan ekonomi nasional.

Menurut Pasal 3 Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Usaha Kecil bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Ada tiga jenis kelompok usaha dalam usaha kecil (Muhammad, Abdulkadir. Murniati, Rilda,. 2004: 286), yaitu :

1. Usaha kecil berbadan hukum, misalnya PT dan Koperasi.
2. Usaha kecil tidak berbadan hukum, misalnya Firma dan CV.
3. Usaha kecil perseorangan dan ini diklasifikasikan lagi menjadi 3 kelompok, yaitu :
 - a. Usaha kecil formal, yaitu usaha yang sudah terdaftar, sudah tercatat, dan sudah berbadan hukum.
 - b. Usaha kecil nonformal, yaitu berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, antara lain :
 1. Petani garapan
 2. Industri rumah tangga
 3. Pedagang asongan
 4. Pedagang keliling

5. Pedagang kaki lima
 6. Pemulung
- c. Usaha kecil tradisional, yaitu usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah dipergunakan secara turun temurun, dan/atau berkaitan dengan seni dan budaya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka yang dimaksud dengan Ivan broniesl dalam penelitian ini adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan untuk memproduksi suatu produk tetapi belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum.

2. Subjek Usaha Kecil

Subyek usaha kecil adalah pendukung hak dan kewajiban yang terdiri dari manusia dan badan hukum, subjek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dalam peredaran produk, yaitu produsen dan konsumen.

a. Pelaku Usaha

Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Persaingan Usaha, yaitu :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Menurut pengertian Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999

Perlindungan Konsumen, yaitu :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Ketentuan di atas dapat kita jabarkan ke dalam beberapa syarat, yakni Bentuk atau wujud dari pelaku usaha:

1. Orang perorangan, yakni setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
2. Badan usaha, yakni kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha selanjutnya dapat dikelompokkan kedalam dua kategori.
3. Badan hukum. Menurut hukum, badan usaha yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori badan hukum adalah yayasan, perseroan terbatas dan koperasi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka yang dimaksud dengan pelaku usaha demikian jelaslah bahwa sangat luas. Yang dimaksud dengan pelaku usaha dalam penelitian ini adalah setiap orang perorangan yang berbentuk bukan badan hukum, belum terdaftar, dan belum tercatat yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha berdasarkan Pasal 6 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan jasa yang diperdagangkan.

2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
3. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan jasa yang diperdagangkan.
4. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan undang-undang.

Berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar dan jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperlukan.
7. Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan pemaparan diatas yang dimaksud dengan hak pelaku usaha dalam penelitian ini adalah menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan jasa yang diperdagangkan dan mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, sedangkan kewajibannya adalah memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi barang, memberikan penjelasan penggunaan dan Menjamin mutu barang yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku serta memberi ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang dikonsumsi

c. Pengertian Konsumen

Pasal 1 butir 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen diartikan setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dimasyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Istilah konsumen berasal dari bahasa Belanda yaitu *Konsumenten*. Konsumen dalam bahasa Indonesia berarti pemakai barang-barang hasil industri (Departemen P dan K, 1990: 305)

Konsumen adalah setiap pengguna barang dan jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga dan tidak untuk memproduksi barang atau jasa atau memperdagangkannya kembali (AZ Nasution, 1995: 37).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka yang dimaksud dengan pengertian konsumen dalam penelitian ini adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa terakhir yang diperoleh dari produsen atau pengecer yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

d. Hak dan Kewajiban Konsumen

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah :

- 1 Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dan mengkonsumsi barang dan jasa.
- 2 Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang 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 atau jasa.
- 4 Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakannya.
- 5 Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6 Hak untuk mendapat 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.

Berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen adalah :

- 1 Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2 Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
Tak jarang pula konsumen tidak beritikad baik dalam bertransaksi atau mengonsumsi barang.
- 3 Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Ketentuan ini sudah jelas, ada uang, ada barang.
- 4 Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Berdasarkan pemaparan di atas yang dimaksud dengan hak konsumen dalam penelitian ini adalah hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi barang yang dikonsumsi dan hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen serta hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, sedangkan kewajibannya adalah membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dan mengikuti petunjuk informasi atau prosedur pemakaian barang demi keamanan serta beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang.

3. Objek Usaha Kecil

Segala sesuatu yang berguna bagi subjek hukum (manusia Pribadi dan badan hukum) yang dapat menjadi pokok suatu perhubungan hukum, karena sesuatu itu dapat dikuasai oleh subjek hukum.

a. Pengertian Produk

Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dari proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu.

Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (A.Z Nasution, 1995 : 120).

Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata dapat dilihat, dipegang (*tangible goods*), baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak (<http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggung>)

Produk diklasifikasikan menjadi 2 yaitu produk barang dan jasa.

1) Produk Barang

Menurut ketentuan Pasal 499 KUHPdt, yang dimaksud dengan barang atau kebendaan adalah tiap-tiap barang atau tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik. Berdasarkan bunyi tersebut, maka konsep kebendaan terbagi dua, yaitu berupa hak atau yang disebut juga benda yang tidak berwujud dan barang yang disebut juga benda berwujud. .

Sedangkan menurut Pasal 1 ayat (4) Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan benda adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.

Menurut sistem hukum perdata sebagaimana diatur dalam KUHPdt, barang dapat dibedakan atas :

- 1 Barang yang berwujud dan barang yang tidak berwujud.
- 2 Barang yang bergerak dan barang yang tidak bergerak.
- 3 Barang yang dapat dipakai habis dan barang yang tidak dapat dipakai habis.
- 4 Barang yang sudah ada dan barang yang masih akan ada.
- 5 Barang yang akan ada.
- 6 Barang yang dalam perdagangan dan diluar perdagangan.
- 7 Barang yang dapat dibagi dan barang yang tidak dapat dibagi.

Menurut subekti, benda dapat dibedakan menjadi :

- 1 Benda yang dapat diganti dan benda yang tidak dapat diganti.
- 2 Benda yang dapat diperdagangkan dan benda yang tidak dapat diperdagangkan.
- 3 Benda yang dapat dibagi dan benda yang tidak dapat dibagi.
- 4 Benda yang bergerak dan benda yang tidak bergerak.

Adapun konsep tentang benda, antara lain :

1. Dapat ditangkap dengan panca indera
2. Dapat dijadikan objek transaksi perdagangan
3. Mempunyai susunan bentuk dan penggunaan
4. Memiliki nama dan tanda yang menunjukkan sifat barang itu, asal barang itu
5. Harus ada pengawasan baik terhadap susunan dan pengemasan
6. Dilihat dari segi pemasarannya, apakah barang untuk ekspor atau impor
(Abdulkadir Muhammad, 2000 : 128).

b) Produk Jasa

Pasal 1 ayat (5) Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan jasa adalah setiap pelayanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Abdulkadir Muhammad, 2000 :130).

C. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen diartikan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaanya dalam kehidupan masyarakat (A.Z. Nasution, 1995 : 23).

2. Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen

Alasan yang dapat dikemukakan untuk menerbitkan peraturan perlindungan yang secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dikarenakan:

- a. Konsumen memerlukan pengetahuan tersendiri, karena dalam suatu hubungan hukum dengan penjual, konsumen merupakan pengguna barang dan jasa untuk kepentingan diri sendiri dan tidak untuk diproduksi ataupun diperdagangkan.
- b. Konsumen memerlukan sarana atau cara hak tersendiri sebagai upaya guna melindungi atau memperoleh haknya.

3. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya kepentingan konsumen dilindungi oleh dua aspek hukum, yaitu aspek hukum publik dan aspek hukum perdata (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008 :69).

a. Aspek Hukum Publik

Terdapat hukum administrasi Negara di dalamnya, mempunyai sumbangan terbesar dalam rangka melindungi kepentingan konsumen, sumbangan terbesar pada hak publik disini adalah kemampuan kewenangan untuk memberi ijin sesuai dengan kewenangan untuk mengawasi, membina dan mencabut ijin sesuai dengan ketentuan apabila terbukti

1. Melanggar ketentuan undang-undang
2. Merugikan kepentingan umum atau konsumen

b. Aspek Hukum Perdata

Secara umum hanya dapat dimanfaatkan oleh pihak pelaku usaha untuk kepentingan-kepentingan subyektif. Meskipun demikian mengingat hubungan hukum para pihak terjadi karena berbagai alasan dan faktor kebutuhan. Keadaan yang demikian mendorong pada pihak produsen atau pelaku usaha memperkuat posisinya dengan menyiapkan dokumen yang ditentukan secara sepihak.

Untuk mengurangi ketidak seimbangan tersebut maka saatnya disiapkan syarat-syarat yang harus dipenuhi apabila pihak produsen atau pelaku usaha atau lainnya menyiapkan perjanjian baru bagi calon konsumen, antara lain :

1. Waktu atau batas waktu untuk mengajukan keberatan.
2. Syarat atau pemenuhan janji.
3. Syaratkesanggupan untuk memenuhi kewajiban sesuai dengan promosi.

D. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.

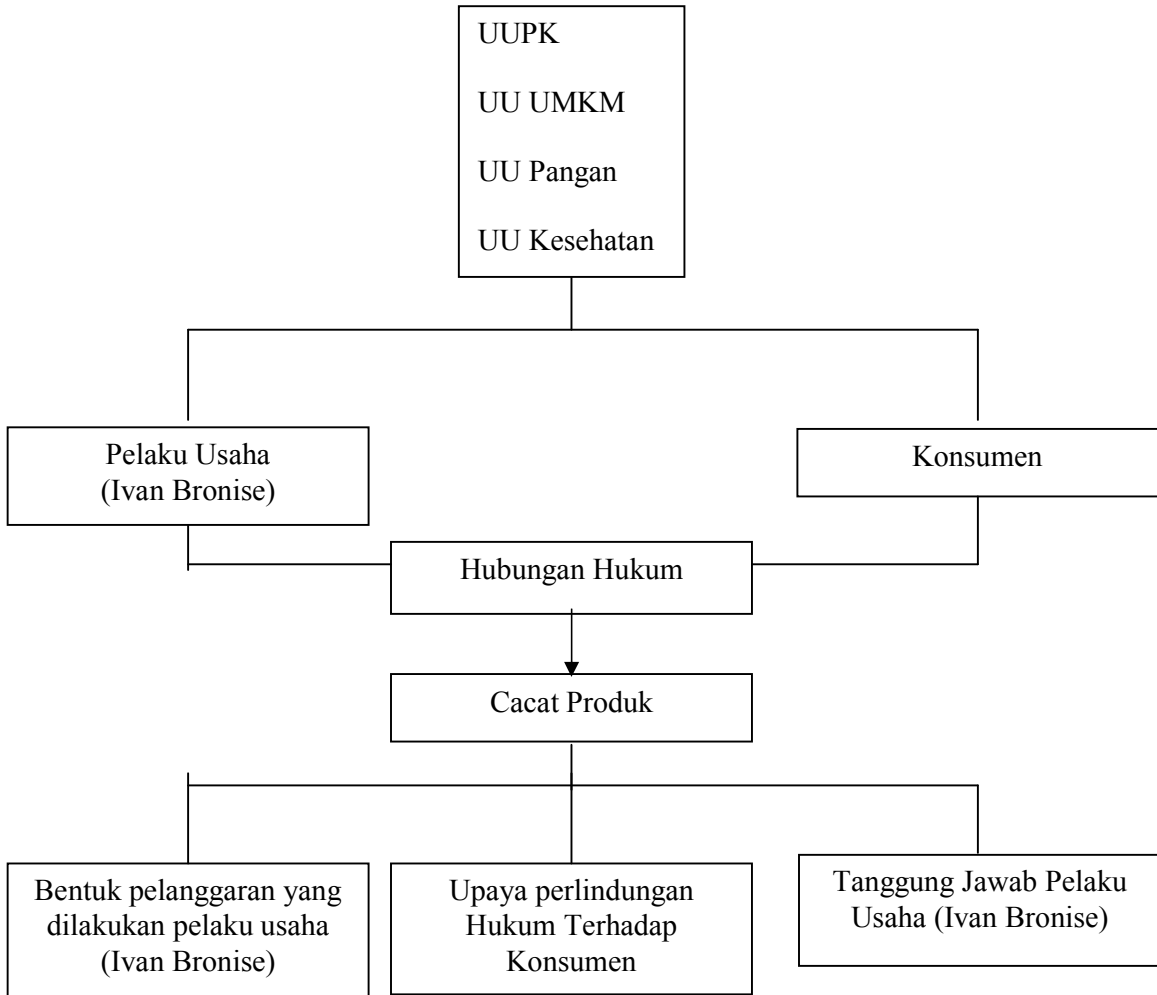
Beberapa pendapat mengenai pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli, antara lain :

1. Pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok

mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan atau mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain (Philip Kotler , 1993 : 5).

2. Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjuk untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (William J. Stanton yang dikutip oleh Basu Swastha DH, 1993 :5)

Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka diatas dapat dijelaskan bahwa, peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan dan Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengatur serta mengikat pihak konsumen dan produsen (Ivan bronise) terhadap produk makanan

yang dipasarkan pelaku usaha (Ivan bronise) mempunyai suatu hubungan hukum dengan konsumen, dalam pemasaran produknya sering kali pelaku usaha (Ivan bronise) tidak mengetahui tentang cacat produk yang dipasarkan, sehingga konsumen sering kali mendapat kerugian terhadap cacat produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha (Ivan bronise). Terhadap cacat produk tersebut konsumen harus mendapat perlindungan hukum, yaitu dengan tanggung jawab pelaku usaha (Ivan bronise) terhadap cacat produk yang dipasarkan tersebut. Dengan adanya kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk makanan yang tidak memenuhi standar, maka konsumen dapat meminta pertanggung jawaban pelaku usaha dapat dilakukan dengan dua cara yaitu penyelesaian diluar pengadilan dan penyelesaian sengketa melalui pengadilan.