

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



SOSIALISASI ASPEK PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI SISWA DI SMK 15 KOTA BANDUNG

Disusun oleh:

Ketua Tim

Indah Siti Aprilia, S.H., M.H. /[10223006]

Nama Mahasiswa:

Michelle Sharon Anastasia Matakupan /[205220171]

Hasya Rmania /[205220008]

Akbar Putra Januar /[205240109]

**PROGRAM STUDI HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode II Tahun 2024

1. Judul : **SOSIALISASI ASPEK PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI SISWA DI SMK 15 KOTA BANDUNG**
2. Nama Mitra PKM : SMK 15 Bandung
3. Skema PKM : Reguler
4. Ketua Tim PKM
- a. Nama dan gelar : Indah Siti Aprilia, S.H., M.H.
 - b. NIDN/NIK : 10223006
 - c. Jabatan/gol. : -
 - d. Program studi : Hukum
 - e. Fakultas : Ilmu Hukum
 - f. Bidang keahlian : Hukum Bisnis
 - g. Alamat kantor : Jl. Let Jen S Parman 1 Grogol Jakarta Barat
 - h. Nomor HP/Telepon : 081394353499
5. Anggota Tim PKM (Mahasiswa) : Mahasiswa 3 orang
- a. Nama mahasiswa dan NIM : Michelle Sharon Anastasia M/205220171
 - b. Nama mahasiswa dan NIM : Hasya Rmania/205220008
 - c. Nama mahasiswa dan NIM : Akbar Putra Januar / 205240109
6. Lokasi Kegiatan Mitra :
- a. Wilayah mitra : Jl. Gatot Subroto No.4 Burangrang Kec. Lengkong
 - b. Kabupaten/kota : Kota Bandung
 - c. Provinsi : Jawa Barat
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra : 155KM
7. a. Luaran Wajib : Jurnal Akreditasi Sinta
- b. Luaran Tambahan : HKI
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Periode II (Juli-Desember)
9. Biaya yang disetujui LPPM : Rp 9.000.000

Jakarta, 12 Januari 2025

Menyetujui,
Ketua LPPM

Ketua



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE
NIK : 10381047

Indah Siti Aprilia, S.H., M.H.
NIDN/NIK10223006

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN.....	
1.1 Analisis Situasi.....	
1.2 Permasalahan Mitra.....	
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan kelanjutan/ implementasi hasil penelitian).....	
1.4 Uraian keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar).....	
BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN.....	
2.1 Solusi Permasalahan.....	
2.2 Luaran Kegiatan PKM.....	
BAB III METODE PELAKSANAAN.....	
3.1 Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan.....	
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM.....	
3.3 Kepakaran dan Pembagian Tugas TIM.....	
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI.....	
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
DAFTAR PUSTAKA.....	
Lampiran	
1. Materi yang disampaikan pada saat kegiatan PKM (misalnya ppt, artikel, makalah, modul atau materi dalam bentuk lainnya);	
2. Foto-foto kegiatan dan Video (jika ada berupa link video)	
3. Luaran wajib	
4. Luaran tambahan	

RINGKASAN

[Kegiatan sosialisasi perlindungan konsumen ini dilaksanakan di SMK 15 Bandung sebagai bagian dari program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman siswa terkait perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, dan prosedur penyelesaian sengketa. Sosialisasi dilakukan melalui metode penyuluhan hukum yang melibatkan pemaparan materi dan diskusi interaktif. Dalam kegiatan ini, siswa SMK 15 Bandung diajak untuk memahami aspek-aspek perlindungan konsumen menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terutama terkait hak-hak mereka sebagai konsumen dan cara-cara menyelesaikan sengketa. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa siswa memperoleh pemahaman yang mendalam tentang hak-hak dan kewajiban sebagai konsumen maupun pelaku usaha, serta menjadi lebih kritis dalam menghadapi masalah konsumen. Kegiatan ini juga menekankan pentingnya peran pendidikan kejuruan dalam membekali siswa dengan pengetahuan praktis yang relevan dengan dunia kerja. Implikasi dari penelitian ini mencakup rekomendasi untuk perbaikan kurikulum dan strategi sosialisasi yang lebih efektif agar siswa dapat menjadi konsumen cerdas yang memiliki kesadaran hukum tinggi di masa depan]

[Hak, Kewajiban, Konsumen, Pelaku Usaha]

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Masyarakat Indonesia termasuk dalam kategori masyarakat yang konsumtif dalam berbagai aspek apalagi jika membahas terkait beli membeli suatu barang maupun yang bukan barang (*dapat berupa jasa atau makanan*). Di dalam aktivitas beli membeli tentunya ada yang menciptakan atau membuat atau menghasilkan suatu produk barang tersebut untuk dijual dengan demikian seseorang tersebut disebut sebagai pelaku usaha atau kata lainnya adalah Produsen, sedangkan Masyarakat yang melakukan aktivitas tersebut disebut sebagai Konsumen. Kedua hal ini berkaitan karena jika tidak ada produsen atau pelaku usaha yang menciptakan atau memproduksi suatu barang maupun jasa maka tidak akan ada masyarakat atau seseorang yang membeli atau menggunakan barang tersebut. Pelaku usaha atau produsen menurut **UU No 8 tahun 1999** tentang **perlindungan konsumen pasal 1 ayat 3** menyatakan bahwa “**pelaku usaha** adalah setiap orang perseorangan 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai ekonomi”. Sedangkan Konsumen menurut **UU No 8 tahun 1999** tentang **perlindungan Konsumen pasal 1 ayat 2** menyatakan bahwa “**Konsumen** adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan”

Sebuah perlindungan perlu dimiliki oleh setiap orang dalam berbagai macam aspek, salah satunya adalah perlindungan Hukum, perlindungan hukum sendiri merupakan suatu perlindungan yang diberikan kepada seseorang dengan tujuan yang baik yang sifatnya memberikan suatu perlindungan maupun pengendalian baik itu berupa tulisan maupun lisan. Yang intinya suatu perlindungan hukum itu memberikan suatu keadilan, ketertiban dan kepastian bagi setiap orang.

Produsen dan konsumen ini sudah diatur didalam suatu aturan yang mana aturan ini mengatur hal-hal penting bagi keduanya seperti pengertian, hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh konsumen maupun produsen, hak dan kewajiban sampai pada konsekuensi apa yang akan timbul apabila salah satu pihak baik itu konsumen maupun produsen akan terima jika mereka melakukan kesalahan atau pelanggaran dalam berkegiatan bisnis yang berhubungan dengan keduanya. Seluruh penjelasan ini diatur di dalam **UU No 8 tahun 1999** tentang **perlindungan konsumen**.

Perlindungan Konsumen menurut **UU No 8 tahun 1999** tentang **perlindungan konsumen pasal 1 ayat 1** menyatakan bahwa “**perlindungan konsumen** adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Perlindungan konsumen merupakan isu penting yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Pertumbuhan ekonomi yang cepat telah menghasilkan berbagai jenis barang

dan jasa. Dengan adanya dukungan teknologi dan informasi, ruang lingkup serta transaksi barang dan jasa kini melampaui batas negara, sehingga konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan barang dan jasa yang tersedia secara variatif.¹ Seiring dengan meningkatnya kompleksitas transaksi ekonomi dan perkembangan teknologi informasi, konsumen kerap kali menghadapi berbagai permasalahan, seperti penipuan, produk yang tidak sesuai standar, serta ketidakseimbangan informasi antara konsumen dan produsen. Oleh karena itu, pemahaman akan hak-hak konsumen dan prosedur mediasi menjadi hal yang sangat penting untuk dipahami sejak dini, khususnya di kalangan remaja.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan yang mempersiapkan siswa untuk memasuki dunia kerja memiliki peran penting dalam membekali mereka dengan pengetahuan praktis, termasuk dalam hal perlindungan konsumen. Siswa SMK 15 Bandung, sebagai calon konsumen dan pelaku usaha, perlu memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen, cara-cara menyelesaikan sengketa melalui mediasi, serta kewajiban mereka sebagai pihak yang akan terlibat dalam proses jual beli.

1.2 Permasalahan Mitra

[Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh mahasiswa melalui program sosialisasi perlindungan konsumen ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan meningkatkan kesadaran siswa SMK 15 Bandung mengenai pentingnya perlindungan konsumen. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan hukum yang melibatkan pemaparan materi dan diskusi interaktif. Melalui pendekatan ini, diharapkan siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu berperan aktif dalam mempraktikkan hak-hak konsumen dan memahami pentingnya penyelesaian sengketa secara damai melalui mediasi.

Dalam konteks ini, kegiatan PKM sosialisasi perlindungan konsumen di SMK 15 Bandung tidak hanya berfokus pada peningkatan pemahaman siswa, tetapi juga merupakan bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat yang lebih luas. Melalui kegiatan ini, diharapkan tercipta generasi muda yang tidak hanya melek hukum, tetapi juga memiliki kesadaran kritis terhadap hak-hak konsumen yang mereka miliki dan mampu menjadi konsumen cerdas di masa depan.

1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait (jika PKM merupakan kelanjutan/implementasi

hasil dari penelitian)

[.....
.....dst

1.4. Uraikan keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar

¹ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: kencana prenadamedia Group, 2013), hlm. 1.

[Terdapat keterkaitan antara topik PKM dengan Peta Jalan PKM Universitas Tarumanagara sebagaimana dirumuskan dalam Rencana Induk Penelitian. Dimana rencana Induk penelitian dan PKM Untar sektor hukum adalah mengantisipasi maraknya Perkara Hukum di masyarakat. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini berupaya untuk mensosialisasikan beragam hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang berguna bagi Masyarakat secara umum, maupun siswa sebagai pelaku usaha kedepannya

BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1 Solusi Permasalahan

Diadakannya pelatihan sosialisasi berkaitan dengan kewenangan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang diberikan pada siswa SMK 15 Bandung untuk mengurangi gap pengetahuan antara perlindungan konsumen secara umum dengan khusus, gap pengetahuan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha

2.2 Luaran Kegiatan

No	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	sudah submit/ publish
2	Prosiding dalam Temu ilmiah	sudah submit/publish
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal Internasional	publish
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	terdaftar/ publish
3	Teknologi Tepat Guna (TTG)	publish
4	Model/purwarupa/karya desain atau	publish
5	Buku ber ISBN	publish

BAB 3 METODE PELAKSANAAN

3.1 Tahapan/langkah-langkah solusi bidang pemahaman perlindungan konsumen

[Kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Bandung merupakan upaya untuk mengedukasi masyarakat mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha di kalangan masyarakat maupun lingkungan sekolah menengah kejuruan yang mana kedepannya mereka akan melakukan role sebagai pelaku usaha juga. Metode penyuluhan hukum berupa pemaparan materi dan diskusi interaktif antara penyaji dengan masyarakat.

Tahapan pelaksanaan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan di Bandung terdiri dari:

1. Tahapan Penggalan Informasi Permasalahan, yaitu berdiskusi dengan guru dan tenaga pengajar di SMK 15 Bandung terkait dengan hal-hal apa saja dalam bidang hukum yang kiranya dapat bermanfaat bagi siswa
2. Tahapan Penyusunan Proposal
3. Tahapan Pengurusan Izin Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
4. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat, dilaksanakan pada Jumat 25 Oktober 2024 pukul 08.00 WIB - 11.30 WIB
5. Tahapan Penyusunan Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat
6. Tahapan Penyusunan Laporan Kemajuan Pengabdian Kepada Masyarakat
7. Tahapan Penyusunan Laporan Akhir Pengabdian Kepada Masyarakat

3.2 Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM

[Dalam kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Bandung , partisipasi mitra antara lain:

1. Menyampaikan informasi tentang adanya pelaksanaan Pengabdian kepada pihak sekolah di Bandung.
2. Mengadakan koordinasi dengan pihak sekolah terkait keikutsertaannya dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

3.3 Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim (termasuk mahasiswa).

[

No.	Nama/NIP/NIM	Jabatan	Fakultas/Prodi
1.	Indah Siti Aprilia, S.H., M.H.	Dosen	Fakultas Hukum
2.	Hasya Rmania / 205220008	Mahasiswa Fakultas	Fakultas Hukum

		Hukum	
3.	Michelle Sharon Anastasia /	Mahasiswa Fakultas Hukum	Fakultas Hukum
4.	Akbar Putra Januar /	Mahasiswa Fakultas Hukum	Fakultas Hukum

BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI

4.2 Hasil Sosialisasi Pengabdian Kepada Mira

[Studi ini mengungkapkan bahwasannya proses sosialisasi terkait perlindungan konsumen bagi siswa maupun siswi di SMK 15 Bandung memiliki peran serta dampak yang besar terutama dalam pemahaman bagi siswa siswi terhadap 11asyara perlindungan konsumen dalam sudut pandang hukum kemudian hak serta kewajiban baik itu konsumen maupun produsen kemudian juga hal apa yang perlu dilakukan apabila terjadi permasalahan dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan keduanya, sehingga hal ini dapat mendorong para siswa siswi untuk lebih mengenal serta aktif dalam memahami pentingnya perlindungan konsumen itu.

4.3 Luaran yang dicapai

[Dengan diadakannya kegiatan penyuluhan yang telah dilaksanakan di SMKN 15 Kota Bandung pada 25 Oktober 2024, hasil yang didapatkan adalah masukan atau saran yang akan kami ajukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UNTAR untuk membantu 11asyarakat dalam memberikan upaya preventif dan evaluasi dari adanya perlindungan hukum bagi siswa/I di SMKN 15 Bandung. Dengan demikian, hasil luaran yang dicapai adalah memberikan pemahaman mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

[Secara umum siswa dapat memahami hak dan kewajiban perlindungan konsumen di Indonesia, terutama berkaitan dengan bentuk tanggung jawab akibat adanya kerugian material dan imaterial yang dirasakan oleh para pihak. Siswa juga diberikan pemahaman terkait dengan upaya hukum yang dapat ditempuh bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi e-commerce yang terjadi di Indonesia yang dapat diselesaikan melalui dua jalur yakni jalur non-litigasi melalui Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha. Kemudian jalur kedua adalah melalui jalur litigasif dengan gugatan ke pengadilan atau laporan ke polisi

5.2 SARAN

[Masyarakat khususnya siswa secara dini dapat diberikan pemahaman terkait dengan hak dan kewajibannya sebagai konsumen dan lebih lanjut sebagai pelaku usaha agar dapat memberikan perform yang baik dalam dunia kerja, terutama pada siswa SMK yang akan langsung terjun pada dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

1. Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta. Kencana Prenadamedia Group.
2. Wahyu Simon Tampubolon. 2016. Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang-
3. Celina Tri Siwi Kristiyanti.2008. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta. Sinar Grafika.
4. Shidarta. 2000. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta. Grasindo.
5. Hulman.2021. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta.Jakarta Jala Permata Aksara.
6. Undang-Undang no 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
7.dst.

LAMPIRAN

Perlindungan

Konsumen



PENGERTIAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Selengkapnya



Menurut UU no 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 1;
"Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen."

Supply

Demand



PENGERTIAN KONSUMEN DAN PRODUSEN



Menurut UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 2;

"Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan."

Menurut UU no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 3 ;

"Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi."



Supply

Demand

Latar Belakang Perlindungan Konsumen

Latar belakang perlindungan konsumen di Indonesia Didasari oleh kebutuhan untuk **memberikan jaminan kepada konsumen atas hak-haknya dalam transaksi perdagangan**. Perlindungan konsumen **bertujuan** untuk **menciptakan keseimbangan** antara hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, serta untuk **mencegah praktik-praktik yang merugikan konsumen**.



Universitas Tarumanagara



Hubungan antara produsen dan konsumen bersifat **simbiosis** dan **kompleks**, di mana kedua pihak saling **membutuhkan** dan berinteraksi dalam konteks **ekonomi, sosial, dan hukum**. Hubungan ini berlandaskan pada proses jual beli barang dan jasa, tetapi memiliki berbagai dimensi yang lebih mendalam, seperti kepercayaan, etika, tanggung jawab sosial, serta perlindungan hukum.

Hubungan Konsumen&Produsen

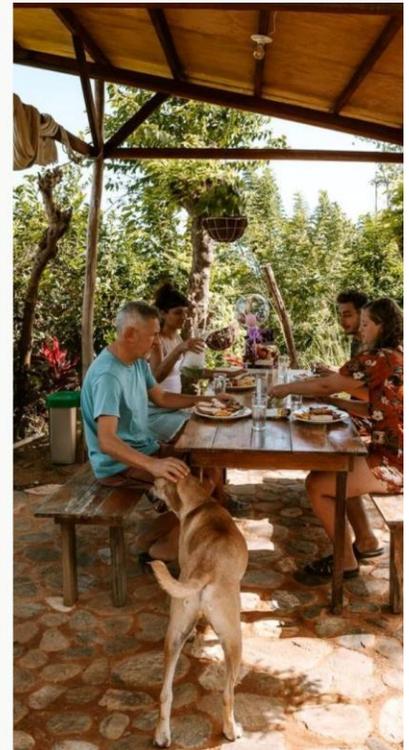
Aspek - Aspek Utama hubungan antara produsen dan konsumen:

Kepercayaan dan Reputasi

Konsumen cenderung memilih produk dari produsen yang telah membangun reputasi baik, terutama dalam hal kualitas, keselamatan, dan keandalan. Produsen yang beroperasi secara jujur dan transparan akan memenangkan kepercayaan konsumen.

Hak dan Kewajiban

di mana konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jaminan keamanan, serta pilihan yang adil terkait barang dan jasa yang mereka beli. Sebaliknya, konsumen juga berkewajiban untuk menggunakan barang atau jasa sesuai dengan petunjuk yang diberikan.



Aspek – Aspek Utama hubungan antara produsen dan konsumen:

Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial

Produsen juga dituntut untuk mematuhi standar etika dalam bisnis. Praktik bisnis yang jujur dan berkelanjutan, serta tanggung jawab sosial seperti peduli terhadap lingkungan atau kesejahteraan karyawan.

Konsumen kini semakin sadar akan dampak sosial dan lingkungan dari produk yang mereka beli. Mereka cenderung mendukung perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab sosial, misalnya dalam bentuk produksi ramah lingkungan atau kebijakan fair trade.

Inovasi dan Peningkatan Kualitas

Produsen terus melakukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah-ubah. Dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, produsen dapat menciptakan produk yang lebih baik, lebih efisien, atau sesuai dengan tren terkini.



Universitas Tarumanagara



Aspek – Aspek Utama hubungan antara produsen dan konsumen:

Tuntutan Hukum dan Perlindungan

Konsumen

Hubungan produsen dan konsumen diatur oleh regulasi untuk menjaga keseimbangan dan keadilan. Di Indonesia, **UU No. 8 Tahun 1999** tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan produsen menjaga keselamatan produk. Konsumen berhak menuntut ganti rugi, baik melalui litigasi maupun BPSK.

Teknologi dan Transformasi Digital

Hubungan antara produsen dan konsumen juga mengalami perubahan signifikan. Platform e-commerce dan media sosial telah mempercepat interaksi, memberikan konsumen akses lebih cepat ke produk, sekaligus memberikan produsen kesempatan untuk mendengarkan umpan balik secara real-time. **Namun, ini juga menimbulkan tantangan baru, seperti perlindungan data pribadi konsumen dan risiko penyebaran informasi yang menyesatkan.**



Universitas Tarumanagara





Keberlanjutan Hubungan

Hubungan antara produsen dan konsumen idealnya bersifat berkelanjutan, di mana keduanya saling menguntungkan. Produsen yang fokus pada loyalitas konsumen akan mendapatkan keuntungan dari pelanggan yang setia, sementara konsumen akan memperoleh produk yang lebih berkualitas dan layanan yang lebih baik. Inilah yang mendorong pentingnya customer relationship management (CRM) untuk menjaga keberlanjutan hubungan ini.

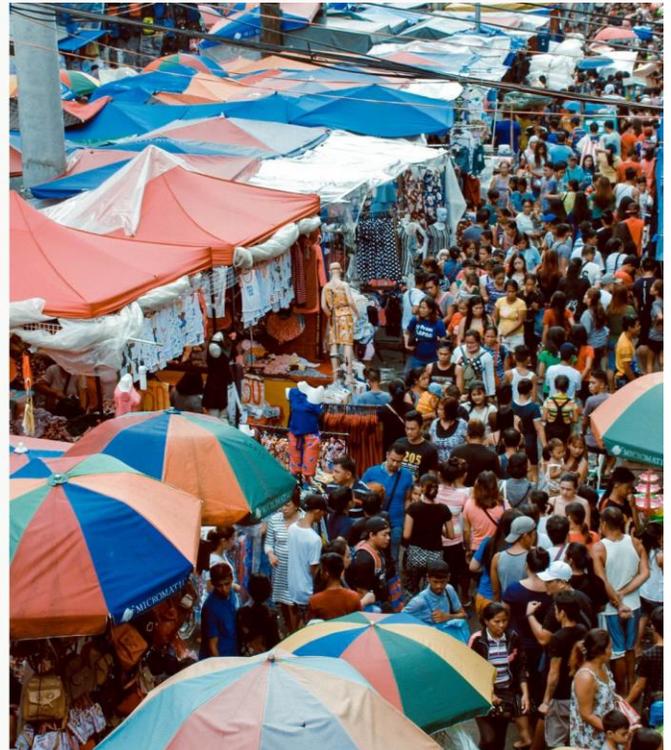
HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DAN PRODUSEN

HAK KONSUMEN Secara umum adalah:

1. Hak untuk Mendapatkan Informasi;
2. Hak untuk Memilih;
3. Hak untuk Mendapatkan Barang/Jasa yang Layak;
4. Hak untuk Dilayani dengan Baik;
5. Hak untuk Mengajukan Keluhan;
6. Hak untuk Mendapatkan Perlindungan.

KEWAJIBAN KONSUMEN Secara umum adalah:

1. Kewajiban untuk Membayar;
2. Kewajiban untuk Menggunakan Secara Bijak;
3. Kewajiban untuk Memberikan Informasi yang Benar;
4. Kewajiban untuk Mematuhi Ketentuan.





HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DAN PRODUSEN

HAK PRODUSEN Secara umum adalah:

1. Hak untuk Mendapatkan Imbalan;
2. Hak untuk Melindungi Inovasi;
3. Hak untuk Meningkatkan Usaha;
4. Hak untuk Mendapatkan Informasi.

KEWAJIBAN PRODUSEN Secara umum adalah:

1. *Kewajiban untuk Menyediakan Produk yang Aman*;
2. Kewajiban untuk Memberikan Informasi;
3. Kewajiban untuk Mematuhi Standar Kualitas;
4. Kewajiban untuk Menangani Keluhan.



Universitas Tarumanagara

HAK DAN KEWAJIBAN DALAM BIDANG KULINER (usaha cemilan dan kue) UNTUK PRODUSEN

HAK PRODUSEN:

1. **Hak untuk Mendapatkan Imbalan:** Produsen berhak mendapatkan pembayaran yang layak untuk kue yang dijual;
2. **Hak untuk Melindungi Inovasi:** Produsen berhak melindungi resep atau teknik pembuatan kue yang unik melalui hak cipta atau paten;
3. **Hak untuk Mengembangkan Usaha:** Produsen berhak untuk memperkenalkan variasi produk baru dan memperluas pasar, seperti menjual kue secara online atau di pasar lokal;
4. **Hak untuk Menerima Umpan Balik:** Produsen berhak menerima umpan balik dari konsumen untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan.

KEWAJIBAN PRODUSEN:

1. **Kewajiban untuk Menyediakan Produk yang Aman:** Produsen wajib memastikan bahwa semua bahan yang digunakan aman untuk konsumsi dan tidak mengandung bahan berbahaya.
2. **Kewajiban untuk Mematuhi Standar Kualitas:** Produsen wajib mematuhi standar kualitas yang ditetapkan, termasuk pengolahan yang bersih dan higienis.
3. **Kewajiban untuk Memberikan Informasi yang Jelas:** Produsen wajib memberikan label yang jelas mengenai bahan, tanggal kadaluarsa, dan cara penyimpanan.
4. **Kewajiban untuk Menangani Keluhan:** Produsen wajib menangani keluhan konsumen dengan cepat dan efektif, termasuk menawarkan solusi jika ada masalah dengan produk.



Universitas Tarumanagara



HAK DAN KEWAJIBAN DALAM BIDANG KULINER (usaha cemilan dan kue) UNTUK KONSUMEN

HAK KONSUMEN:

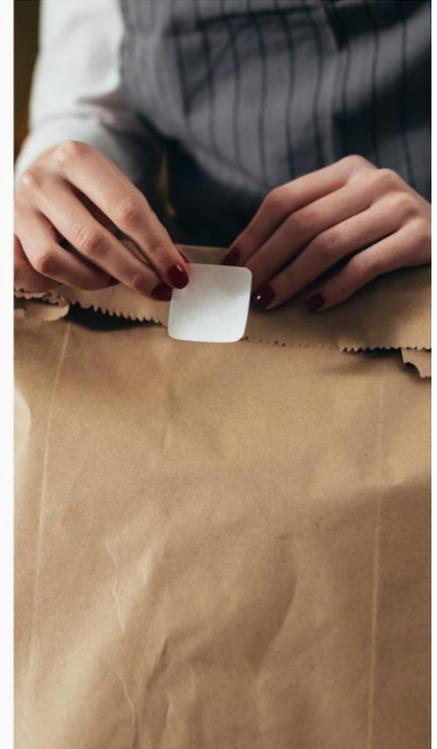
1. **Hak untuk Mendapatkan Informasi:** Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas mengenai bahan baku, kandungan gizi, dan tanggal kedaluwarsa kue.
2. **Hak untuk Memilih:** Konsumen berhak memilih berbagai jenis kue sesuai selera, baik dari segi rasa, ukuran, maupun harga.
3. **Hak untuk Mendapatkan Kualitas yang Sesuai:** Konsumen berhak menerima kue yang berkualitas baik, segar, dan sesuai dengan yang dijanjikan (misalnya, kue yang tidak basi atau rusak).
4. **Hak untuk Mengajukan Keluhan:** Konsumen berhak mengajukan keluhan jika kue yang diterima tidak sesuai pesanan atau mengalami kerusakan.
5. **Hak untuk Dilayani dengan Baik:** Konsumen berhak mendapatkan pelayanan yang ramah dan profesional dari penjual atau produsen kue.



Universitas Tarumanagara

KEWAJIBAN KONSUMEN:

1. **Kewajiban untuk Membayar:** Konsumen wajib membayar harga kue sesuai dengan kesepakatan saat melakukan transaksi.
2. **Kewajiban untuk Menggunakan dengan Bijak:** Konsumen wajib menggunakan kue dengan cara yang tepat dan sesuai dengan petunjuk penyimpanan agar tidak cepat basi.
3. **Kewajiban untuk Memberikan Umpan Balik:** Konsumen diharapkan memberikan umpan balik yang konstruktif mengenai produk yang dibeli, termasuk saran dan kritik.



HAK DAN KEWAJIBAN DALAM BIDANG PERHOTELAN UNTUK PRODUSEN

HAK PRODUSEN:

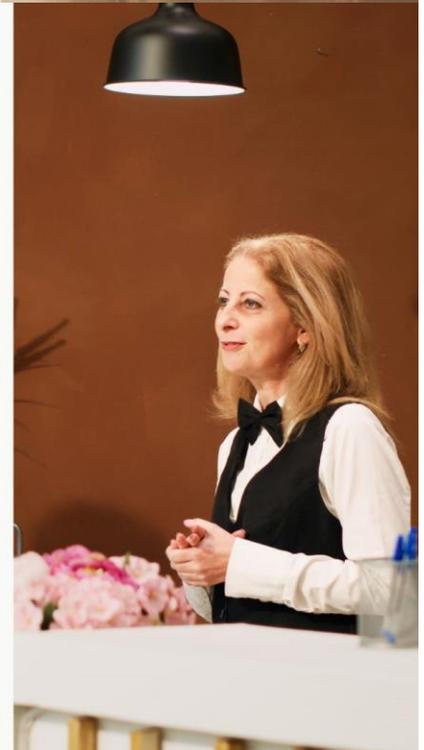
1. **Menetapkan Aturan dan Kebijakan:** Hotel berhak menetapkan kebijakan terkait reservasi, pembatalan, jam check-in/check-out, dan penggunaan fasilitas hotel.
2. **Memungut Pembayaran:** Hotel berhak menagih biaya untuk layanan yang telah diberikan, sesuai dengan perjanjian yang dibuat dengan tamu.
3. **Menolak Layanan:** Jika tamu melanggar aturan yang ditetapkan (seperti merusak fasilitas atau mengganggu tamu lain), hotel berhak menolak layanan atau meminta tamu untuk meninggalkan properti.



Universitas Tarumanagara

KEWAJIBAN PRODUSEN:

1. **Memberikan Layanan Sesuai Standar:** Hotel berkewajiban menyediakan layanan sesuai dengan standar yang telah dijanjikan, termasuk kebersihan, kenyamanan, dan keamanan.
2. **Memastikan Keamanan dan Kenyamanan:** Hotel harus memastikan tamu mendapatkan lingkungan yang aman, termasuk keselamatan dari kebakaran, pencurian, dan bahaya lainnya.
3. **Menghormati Privasi Tamu:** Privasi tamu harus dijaga, terutama dalam hal data pribadi dan interaksi mereka selama menginap.





HAK DAN KEWAJIBAN DALAM BIDANG PERHOTELAN UNTUK KONSUMEN

HAK KONSUMEN:

1. **Mendapatkan Layanan yang Layak:** Konsumen berhak mendapatkan layanan yang sesuai dengan standar yang telah dijanjikan oleh hotel, seperti kebersihan, kenyamanan, dan fasilitas yang memadai.
2. **Mengajukan Keluhan:** Tamu memiliki hak untuk mengajukan keluhan jika layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan, seperti masalah dengan kamar atau fasilitas yang tidak berfungsi.
3. **Mendapatkan Informasi yang Jelas:** Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas mengenai harga, fasilitas, dan kebijakan hotel.

KEWAJIBAN KONSUMEN:

1. **Mematuhi Aturan Hotel:** Konsumen berkewajiban mengikuti aturan dan kebijakan hotel, seperti waktu check-in/check-out, larangan merokok di tempat tertentu, atau penggunaan fasilitas bersama.
2. **Menjaga Fasilitas Hotel:** Tamu wajib menjaga kebersihan dan kelengkapan fasilitas yang mereka gunakan, serta bertanggung jawab atas kerusakan yang mungkin mereka timbulkan.
3. **Membayar Layanan yang Diterima:** Konsumen berkewajiban membayar layanan yang telah mereka gunakan sesuai dengan tarif dan perjanjian yang telah ditetapkan.



Universitas Tarumanagara



PROBLEMS

permasalahan produsen dan konsumen di bidang kuliner

1. Keamanan dan kualitas produk
2. Label yang tidak sesuai
3. praktik pemasaran tidak etis
4. ketidaksesuaian harga



Universitas Tarumanagara



PROBLEMS

permasalahan produsen dan konsumen di bidang perhotelan

1. Kualitas Layanan yang tidak sesuai dengan harapan
2. pembatalan & refund
3. overbooking dan tidak tersedianya kamar
4. kerusakan properti oleh tamu



Universitas Tarumanagara

THANK YOU



Universitas Tarumanagara

Lampiran 2
Foto-foto dan Video (link video)





Lampiran 3.
Luaran wajib
LoA Jurnal

Lampiran 4.
Luaran tambahan
Hak Kekayaan Intelektual