

Legal Protection of Consumers and Sevensya Car Wash Marketing Strategy

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Strategi Pemasaran Car Wash Sevensya

Dwi Anindya Harimurti^{*1}, Krisdayanti Simangunsong², Mina³,

^{1,2,3}Akuntansi, STIE Mahaputra Riau, Indonesia

Article Info

Submitted:

12/12/2022

Accepted:

29/12/2022

Approved:

11/02/2023

Published:

11/02/2023.

ABSTRAK

Perlindungan konsumen adalah salah satu bentuk perlindungan dalam pemenuhan hak-hak konsumen secara keseluruhan oleh sipemberi jasa atau pelaku usaha yang ditujukan kepada konsumen dengan tujuan tidak akan timbul permasalahan hukum nantinya setelah dilakukannya proses kerjasama antara konsumen dan pelaku usaha, terutama dalam hal strategi pemasaran mengenai jasa car wash Sevensya. Tujuan penulisan jurnal ini untuk mengkaji dan memahami bagaimana perlindungan konsumen serta upaya yang dilakukan dalam memasarkan jasa car wash Sevensya. Penulisan jurnal ini menggunakan metode penelitian hukum kualitatif dengan melakukan riset dilapangan serta perundang-undangan. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa jasa car wash Sevensya telah bertanggung jawab dalam pemenuhan hak konsumen bila terdapat kelalaian pelaku usaha yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumennya, serta dalam pemasaran secara online dapat menggunakan media sosial yang mereka miliki seperti instagram, facebook Sedangkan secara offline biasanya dilakukan dengan membagikan brosur.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Pemasaran, Cars Wash

ABSTRACT

Consumer protection is a form of protection in fulfilling consumer rights as a whole by service providers or business actors aimed at consumers with the aim that legal problems will not arise later after the process of cooperation between consumers and business actors has been carried out, especially in terms of marketing strategies regarding services. Sevensya car wash. The purpose of writing this journal is to study and understand how to protect consumers and the efforts made in marketing Sevensya's car wash services. Writing in this journal uses qualitative legal research methods by conducting research in the field and legislation. The results of the research that has been carried out can be concluded that Sevensya car wash services are responsible for fulfilling consumer rights if there is negligence by business actors which results in losses to consumers, and online marketing, they can use their social media such as Instagram, Facebook while offline usually done by distributing flyers.

Keywords: Consumer Protection, Marketing, Cars Wash

PENDAHULUAN

Pengertian konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka (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 untuk diperdagangkan (Moertiono, 2020). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen menggunakan atau mengkonsumsi barang dan jasa untuk

memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari bersifat primer, sekunder, maupun tersier dilindungi oleh Undang-undang. Dengan banyaknya pelayanan jasa yang muncul dipasaran dapat membuat konsumen semakin praktis dan konsumtif dalam menjalani kehidupannya sehari-hari.

Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertujuan agar pelaku usaha dapat melakukan perbuatan yang tidak merugikan konsumen (Nyoman & putri, 2014) . Konsumen memiliki hak dan posisi

yang berimbang sehingga mereka pun dapat menggugat atau menuntut jika hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar pelaku usaha. Pelanggaran terhadap hak konsumen sangat sering disepelekan oleh pelaku usaha karena kurangnya tanggung jawab dan juga pemahaman mengenai sanksi hukum yang akan di dapat apabila adanya pelanggaran dalam pemenuhan hak-hak konsumen yang menggunakan barang dan/atau jasanya. Jasa carwash merupakan kegiatan usaha yang dibutuhkan di era sekarang, hal ini dikarenakan masyarakat saat ini lebih menyukai hal-hal yang praktis serta berkembangnya automotif seperti mobil yang memiliki standar perawatan khusus, maka munculnya jenis usaha jasa cuci mobil yang kian makin diminati oleh pelaku usaha dengan menyuguhkan berbagai pelayanan (*service*) perawatan cuci mobil bagi konsumen (Khotima, 2015).

Usaha Car Wash Sevensya adalah satu jasa car wash yang diminati oleh masyarakat, jasa car wash ini terletak bertepatan dengan alokasi yang strategis dimana tempat usaha ini berlokasi di Jl .Ahmad Yani No.96.RT 002/RW 001 Kel. Pulau Karomah, kec Sukajadi, Pekanbaru. Oleh sebab itu usaha ini memiliki peluang yang sangat besar dikarenakan tempat cucian tersebut di desain dengan desain yang sangat menarik serta memberikan pelayanan jasa yang baik. Salah seorang karyawan yang bekerja di Car Wash Sevensya ini mengatakan bahwa cucian mobil Hidrolik ini memiliki kelebihan yaitu dapat membersihkan mobil hingga ke kolong mobil dan dapat dibersihkan dengan mudah oleh adanya teknologi yang mereka miliki. Sejauh ini kekurangannya yaitu dapat melemahkan suspensi, risiko kerusakan komponen lain mobil. Oleh sebab itu perlindungan konsumen sangat dibutuhkan dalam bidang jasa ini. Serta adanya resiko-resiko kehilangan barang-barang konsumen yang berada didalam mobil dan juga kurangnya kebersihan dalam pelaksanaan jasa car wash. Selain perlindungan konsumen penulis juga tertarik dalam bagaimana cara car wash melakukan teknik pemasaran mereka. Baik secara offline maupun secara online.

Dengan terjadinya permasalahan yang merugikan konsumen diatas pelaku

usaha kadang hanya meminta maaf dan tidak bertanggung jawab atas kesalahan yang telah diperbuatnya, ataupun hanya mengganti rugi dengan memberikan kompensasi yang tidak sesuai dengan nilai kerugian yang telah dialami oleh konsumen. Dari hal tersebut kebanyakan konsumen pengguna jasa cuci mobil (carwash) mengikhlaskan kerugian yang telah dialaminya, sedangkan pelaku usaha tidak mendapatkan sanksi sepadan atas perbuatan yang telah merugikan konsumennya (Muthiah & Aulia, 2018). Padahal seharusnya konsumen berani untuk menuntut haknya mendapatkan ganti rugi kepada pelaku usaha. Serta dalam bidang pemasaran, car wash sevensya diharapkan dapat lebih insentif dalam melakukan pemasaran baik secara online maupun offline, dan juga diharapkan untuk membuka inovasi baru dalam bidang pemasaran seperti datang kerumah pelanggan yang tidak sempat mengantarkan mobil mereka untuk dicuci ditempat car wash. Oleh sebab alasan diataslah penulis ingin mengkaji perlindungan konsumen dan pemasaran di jasa car wash sevensya, sesuai dengan data dilapangan dan undang-undang yang berlaku.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah menggunakan metode penelitian hukum empiris dan fakultatif (Adiyanta, 2019). Yang menjadi latar belakang penulis untuk meneliti jasa car wash sevensya untuk mengetahui implementasi tentang Perlindungan Konsumen, khususnya dalam permasalahan ini mengenai akibat kelalaian pelaku usaha jasa car wash Sevensya serta menggunakan metode kualitatif untuk menggali potensi yang dimiliki oleh staff car wash sevensya. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan admin dan staff car wash sevensya serta observasi lapangan dengan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan penjelasan materi yang telah diberikan mengenai perlindungan konsumen serta pemasaran jasa car wash.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Konsumen dan pemasaran car wash sevensya

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan hak-hak konsumen yang sering kalinya diabaikan oleh pelaku usaha. Pelanggaran hak-hak konsumen oleh pelaku usaha dapat disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya faktor yang mempengaruhi yaitu pelaku usaha memandang konsumen sebagai pihak lemah yang dapat dipengaruhi dan ditipu daya untuk mendapatkan keuntungannya sendiri daripada memikirkan kebutuhan konsumen itu sendiri terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Oleh sebab di atas diperlukan aspek hukum untuk membantu mendorong terwujudnya lingkungan bisnis yang sehat dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dapat berjalan maksimal, serta bagi pelaku usaha untuk lebih bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Tanggung jawab merupakan kewajiban bagi pelaku usaha untuk menanggung segala sesuatu akibat yang telah merugikan konsumennya atas perbuatan yang telah dilakukannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Dalam hal tanggung jawab pelaku usaha sebenarnya telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Peraturan perundang-undangan yang secara signifikan mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha ialah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan.

Dalam kegiatan usaha jasa carwash tersebut pelaku usaha terkadang melakukan kelalaian yang merugikan konsumen. Berbagai macam keluhan yang sering dialami oleh konsumen seperti terdapatnya cacat atau goresan pada mobil dan rusak atau hilangnya aksesoris mobil, karena kurangnya kehati-hatian dalam pelayanan (service) pelaku usaha pada saat melakukan kegiatan mencuci mobil tersebut.

Dalam kegiatan ini tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) STIE Mahaputra Riau, melakukan diskusi, pembimbingan, simulasi dan sharing pengetahuan tentang memaksimalkan perlindungan konsumen serta pemasaran yang lebih efektif dan

efisien. Diharapkan melalui kegiatan ini, berkaitan dengan pembimbingan serta edukasi kepada staff car wash sevensya. Mendidik dan memberikan pengetahuan mengenai tata cara perlindungan terhadap konsumen yang harus diketahui oleh pemilik dan staff car wash sevensya. Tidak hanya dalam bidang perlindungan konsumen, car wash ini juga wajib mengembangkan inovasi pemasaran yang efektif dan efisien. Hal ini juga penting agar inovasi-inovasi muncul dan mampu berkembang, serta dimanfaatkan sebagai peluang dalam mengembangkan car wash sevensya.

Kehadiran dan sikap peserta

Jumlah peserta yang mengikuti program ini adalah 5 orang. Dimana peserta terdiri dari admin dan staff dari car wash sevensya dan tim PkM dari STIE Mahaputra Riau. Dari hasil pelaksanaan, tim PKM menilai kegiatan yang dilakukan dapat diterima oleh admin dan staff dengan baik tanpa ada penolakan, sebaliknya admin dan staff car wash sevensya menyatakan rasa terima kepada tim PKM dengan adanya kegiatan ini dapat memberikan wadah untuk mereka berdiskusi. Baik sesama admin dan staff car wash sevensya maupun tim PKM mengenai permasalahan mereka. Hal ini menandakan penerimaan yang baik terhadap kegiatan pengabdian ini sebagai wujud kepedulian tim dosen PKM STIE Mahaputra Riau. Pemahaman peserta yang hadir didapatkan gambarannya dari sikap mereka, animo, dan keinginan yang cukup tinggi untuk dapat memberikan pelayanan terbaik dalam menjalankan jasa car wash.

Kondisi riil tim car wash sevensya

Tujuan usaha car wash tentu saja untuk mencari keuntungan, pengusaha car wash akan mendapatkan keuntungan dari konsumen yang mencuci kendaraan dan tentunya konsumen juga ingin mendapatkan pelayanan yang baik pula dari pelaku usaha tersebut. Selain bertujuan untuk bisnis atau mencari untung demi kelangsungan hidup perusahaan, pengusaha car wash seharusnya juga berusaha memberikan kepuasan terhadap konsumen dan bukan hanya memprioritaskan keuntungan semata.

Pada fakta yang ada sering terjadi permasalahan yang mengakibatkan konsumen sering merasa dirugikan dalam pelayanan, menurut konsumen kurang memuaskan terlebih lagi barang yang ada di dalam bagasi maupun jok kendaraan sering kehilangan seperti alat-alat, uang, jam tangan, handphone, kunci kendaraan, sering salah dalam pemasangan karpet, kurang bersihnya waktu saat mencuci kendaraan atau barang belum dimasukan kedalam jok atau bagasi kendaraan. pertanggung jawaban dari pelaku usaha car wash yaitu akan bertanggung jawab kepada konsumen. Seperti ganti rugi jika konsumen waktu saat mencuci kendaraan kurang memuaskan (kurang bersih) saat pencucian maka yang dilakukan adalah pencucian kembali dengan gratis, dan jika barang milik konsumen kehilangan waktu saat cuci kendaraan di tempat car wash maka yang dilakukan oleh pengusaha car wash yaitu akan mengganti sesuai dengan barang yang hilang yang di keluhkan oleh konsumen. Sehingga konsumen merasa senang terhadap pertanggung jawaban yang dilakukan oleh pengusaha car wash.

SIMPULAN

Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dalam jasa car wash sevensya merupakan suatu hubungan hukum yang mana keduanya terikat dengan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban pelaku usaha timbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Dapat diartikan hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Konsumen diwajibkan untuk membayar sejumlah uang untuk membayar jasa car wash, sedangkan pihak sevensya berkewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dan dalam hal pemasaran pihak sevensya sudah melakukan yang terbaik, dikarenakan sudah menggunakan berbagai macam metode yang efektif dan efisien

Deklarasi penulis

Kontribusi dan tanggung jawab penulis

Dalam pemasaran car wash ini menggunakan cara online maupun offline, car wash tersebut diharapkan dapat melakukan inovasi yang efektif dan efisien seperti mendatangi rumah pelanggan yang tidak sempat untuk datang ke car wash. Car wash juga menyebarkan brosur-brosur dan bekerjasama dengan perusahaan otomotif.

Waktu Pelaksanaan

Adapun waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. 12 Oktober 2022 : Membahas konsep Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan teman 1 kelompok.
- b. 18 Oktober 2022 : Mengunjungi tempat PKM membahas permohonan izin dan Jadwal dalam Pelaksanaan PKM.
- c. 24 Oktober 2022 : Membahas serta menyusun rencana PKM

03 November 2022 : Turun kelapangan bersama Dosen pembimbing melakukan wawancara, pengisian kuesioner, pengisian absen, pemberian souvenir, dan dokumentasi

Para penulis membuat kontribusi besar untuk konsepsi dan desain penelitian. Para penulis mengambil tanggung jawab untuk analisis data, interpretasi dan pembahasan hasil. Para penulis membaca dan menyetujui naskah akhir.

Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal.

Ketersediaan data dan bahan

Semua data tersedia dari penulis.

Kepentingan yang bersaing

Para penulis menyatakan tidak ada kepentingan bersaing.

REFERENSI

- Nurmahayani Dwi, Made. "Bentuk Pengawasan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Dalam Memberikan Perlindungan Terhadap Konsumen." *Jurnal Kertha Semaya* 4, No.3 (2016).
- Putri Andina, Nadia. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang Dalam Hal Keterlambatan Sampainya Barang." *Jurnal Kertha Semaya* 5, No. 2 (2017).

- Putri Dianata, Putu." *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Produk Kosmetik Tanpa Komposisi Bahan.*" *Jurnal Kertha Semaya* 6, No.10 (2018).
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta 2006
- Wahyu Sasongko. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2007