

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN PEMILIK MOBIL JEEP GRAND CHEROKEE ATAS CACAT PRODUK PADA FITUR KEAMANAN AIRBAG

Nama: Stenley Pranata Kurnia Putra

Jurusan/Program Studi: Hukum/Ilmu Hukum

Pembimbing I: Dr. Sylvia Janisriwati S. H., M. Hum.

Pembimbing II: Heru Saputra Lumban Gaol, S.H., M.H.

ABSTRAK

Perkembangan sektor bisnis di Indonesia mengalami perubahan yang cukup pesat. Perkembangan tersebut mencakup seluruh faktor kehidupan masyarakat, tidak terkecuali adalah bidang transportasi. Transportasi adalah kebutuhan pokok bagi masyarakat, khususnya kelas pekerja. Bentuk transportasi yang menjadi kebutuhan bagi masyarakat kelas pekerja adalah mobil pribadi. Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) mencatat bahwa penjualan mobil di pasar domestik dari pabrik ke *dealer* (*wholesales*) mencapai 1.048.040 unit sepanjang 2022. Peningkatan angka penjualan tersebut tidak lepas dari berbagai macam cara pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Cara pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sendiri dapat berupa iklan melalui televisi, iklan melalui media sosial, serta melalui brosur pada laman resmi milik pelaku usaha. Pada umumnya, pemasaran produk mobil yang dilakukan oleh pelaku usaha mencantumkan keunggulan fitur yang terpasang pada produk mobil tersebut, termasuk fitur keamanan seperti *airbag* serta *active emergency braking*. Namun pada kenyataannya, kedua fitur keamanan tersebut belum diatur standardisasinya dan belum diatur dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia. Fitur keamanan produk mobil yang belum memiliki standardisasi nasional serta tidak terdapat dalam peraturan perundang-undangan dapat membahayakan keselamatan konsumen. Sehingga Undang-Undang Perlindungan Konsumen berperan penting bagi konsumen yang membeli produk mobil ini. Ketika terdapat konsumen yang dirugikan, konsumen dapat menuntut ganti kerugian pada pelaku usaha melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Kata kunci: Ganti Kerugian, Iklan, Perlindungan Konsumen, Standardisasi.

LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS WHO OWN JEEP GRAND CHEROKEE AGAINST PRODUCT DEFECTS IN AIRBAG SAFETY FEATURES

Name: Stenley Pranata Kurnia Putra

Dicipline/Study Programme: Law/Legal Study

Contributor I: Dr. Sylvia Janisriwati S. H., M. Hum.

Contributor II: Heru Saputra Lumban Gaol, S.H., M.H.

ABSTRACT

The development of the business sector in Indonesia has experienced a rapid transformation. This progress encompasses various sectors of societal life, including the transportation. Transportation stands as an essential need for the populace, particularly the working class, wherein private automobiles hold significant importance. The Association of Indonesian Automotive Industries (Gaikindo) has documented that car sales in the domestic market, from manufacturing plants to dealers (wholesale), reached 1,048,040 units throughout 2022. This surge in sales owes itself to diverse marketing methodologies employed by businesses owners. These methods involve advertising through television, social media platforms, and official websites' brochures. Typically, the marketing of automobiles by these entities highlights the embedded features, including safety elements like airbags and active emergency braking systems. However, in reality, both these safety features lack standardized regulations within Indonesian laws. Safety features in car products devoid of national standardization and legal regulation pose potential hazards to consumer safety. Consequently, the Consumer Protection Law (Undang-Undang Perlindungan Konsumen) assumes a pivotal role in safeguarding consumers purchasing these automotive products. Should consumers face detriment, they reserve the right to seek redressal from businesses owner under the Consumer Protection Law or Article 1365 of the Civil Code (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata).

Keywords: *Advertisement, Compensation for Damages, Consumer Protection, Standardization.*