

Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Pengguna *Enhanced Smart Architecture Frame* (eSAF) oleh PT. Astra Honda Motor pada Sepeda Motor Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dito Mulyo Laksono^{*}, Jejen Hendar

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

^{*}ditomulyo8@gmail.com

Abstract. Motorbikes are a transportation option that is very popular with the public, especially considering the increasing level of traffic jams. They come in a variety of different categories and offerings, creating diversity in motorbike choices for consumers. One of the motorbike developments which has recently become a trending topic on several social media platforms is the Honda eSAF motorbike frame. This research aims to analyze the legal protection of consumers that exists in the Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) case by PT Astra Honda Motor from Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The data collection technique used in this research is secondary legal sources in the form of books, articles, papers and various other references. Legal protection for consumers regarding the use of the Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) by PT Astra Honda Motor on motorbikes has been proven in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which provides a strong foundation for protecting consumer rights. Based on this law, consumers have the right to obtain clear and accurate information regarding eSAF features as well as the right to obtain products that comply with the promised quality standards. This legal protection also provides security to consumers.

Keywords: *Consumer protection, eSAF Framework, Company.*

Abstrak. Sepeda motor menjadi pilihan transportasi yang sangat diminati oleh masyarakat, terutama mengingat tingkat kemacetan yang semakin meningkat. Mereka datang dengan berbagai kategori dan penawaran yang berbeda, menciptakan keragaman dalam pilihan sepeda motor bagi konsumen. Salah satu perkembangan motor yang belakangan ini menjadi trending topik di beberapa platform sosial media adalah rangka motor Honda eSAF. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum konsumen yang ada dalam kasus Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT Astra Honda Motor dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber hukum sekunder berupa buku, artikel, makalah, dan berbagai referensi lainnya. Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penggunaan Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT Astra Honda Motor pada sepeda motor, telah terbukti dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan fondasi kuat untuk melindungi hak-hak konsumen. Dengan mendasarkan pada undang-undang ini, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat mengenai fitur eSAF serta hak untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan. Perlindungan hukum ini juga memberikan keamanan kepada konsumen.

Kata Kunci: *Perlindungan konsumen, Rangka eSAF, Perusahaan.*

A. Pendahuluan

Sepeda motor telah menjadi pilihan transportasi yang sangat diminati oleh masyarakat, terutama mengingat tingkat kemacetan yang terus meningkat di perkotaan. Dalam konteks di mana kemacetan menjadi permasalahan umum, sepeda motor dianggap sebagai alternatif yang efisien untuk mempermudah dan memperlancar perjalanan dalam kota. Oleh karena itu, banyak individu memilih sepeda motor sebagai solusi untuk mencapai tujuan mereka dengan lebih cepat dan efektif. Pertumbuhan jumlah konsumen sepeda motor terus mengalami fluktuasi, yang pada gilirannya mendorong munculnya pesaing-pesaing baru dan beragam peserta di pasar sepeda motor. Mereka menawarkan kategori dan penawaran yang berbeda, menciptakan keragaman dalam pilihan sepeda motor bagi konsumen. Dalam analisis penjualan, terlihat bahwa pembelian sepeda motor Honda mendominasi, mencapai 76,69% pada tahun 2021, diikuti dengan presentase 74,6% pada tahun 2020 dan 74,51% pada tahun 2019.

Honda berhasil meraih posisi sebagai pemimpin pasar dengan pangsa pasar terbesar dibandingkan dengan merek sepeda motor lainnya. Meskipun pesaing-pesaing seperti Yamaha, Suzuki, dan lainnya cukup dikenal di pasar, tampaknya perusahaan-perusahaan industri sepeda motor tersebut menghadapi keterbatasan dalam bersaing secara menyeluruh. Meski demikian, Honda berhasil mempertahankan dominasinya di pasar sepeda motor Indonesia.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sopiah dan Sangadji, pengambilan keputusan konsumen dipahami sebagai suatu proses yang berfokus pada pemecahan masalah dengan tujuan mencapai tujuan tertentu. Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen melibatkan keyakinan terhadap suatu produk, menciptakan rasa percaya diri terhadap keputusan pembelian yang diambil. Dalam konteks ini, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti kualitas produk, persepsi harga, dan desain produk. Hal-hal tersebut memiliki potensi signifikan dalam memengaruhi konsumen saat membuat keputusan pembelian atas suatu produk.

Kualitas produk menjadi faktor pertama yang memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk saat ini memegang peranan yang sangat penting bagi konsumen yang menginginkan produk dengan mutu terbaik dari pilihan pembelian mereka. Menurut konsep yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong, kualitas produk tidak hanya mencakup kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain seperti daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, dan kemudahan perbaikan. Kualitas ini menjadi salah satu aspek utama yang dijadikan pertimbangan oleh konsumen saat melakukan keputusan pembelian, karena memengaruhi pengalaman dan kepuasan pengguna terhadap produk yang mereka beli.

Persepsi harga menjadi faktor kedua yang memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian konsumen. Harga yang ditetapkan oleh produsen tidak hanya berkaitan dengan nilai produk itu sendiri, tetapi juga terkait dengan atribut-atribut yang melekat padanya. Dalam konteks pengambilan keputusan pembelian, harga menjadi salah satu faktor yang merangsang perilaku konsumen. Tjiptono dan Diana¹, menjelaskan bahwa harga tidak hanya memiliki dampak langsung terhadap laba perusahaan, tetapi juga berperan dalam menentukan volume penjualan produk. Tingkat harga yang ditetapkan akan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam mengevaluasi nilai relatif produk dan membuat keputusan pembelian yang tepat.

Interaksi antara produsen dan konsumen membentuk sebuah dinamika yang melibatkan pertukaran informasi, produk, dan nilai antara keduanya. Produsen, sebagai pihak yang menciptakan barang dan jasa, berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Sebaliknya, konsumen memberikan umpan balik dan dukungan melalui pembelian produk-produk tersebut. Ketergantungan yang tinggi antara produsen dan konsumen menciptakan landasan yang kokoh untuk hubungan yang berkelanjutan. Pertukaran informasi dan nilai di antara keduanya membentuk siklus yang terus berputar, di mana produsen terus beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi konsumen, sementara konsumen memainkan peran aktif dalam membentuk arah dan evolusi produk-produk yang ditawarkan. Dalam dinamika ini, hubungan yang berkelanjutan menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan konsumen yang berkelanjutan dan mendukung pertumbuhan bisnis produsen.

Kualitas hubungan ini dapat sangat memengaruhi kesuksesan bisnis produsen dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, memahami dinamika hubungan ini menjadi hal yang penting dalam konteks bisnis dan pemasaran. Saat ini, industri otomotif di Indonesia sedang mengalami perkembangan yang signifikan, terutama dalam segmen kendaraan roda dua atau sepeda motor. Ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah ketidakefisienan dalam ketersediaan alat transportasi umum yang dikelola oleh pemerintah, serta kenyataan bahwa pembelian sepeda motor baru saat ini menjadi semakin mudah. Sebagai respons terhadap permintaan yang terus tumbuh, produsen sepeda motor bersaing untuk menciptakan inovasi-inovasi yang menarik minat masyarakat.

Pentingnya kualitas produk menjadi faktor utama dalam pertimbangan konsumen saat memilih untuk membeli suatu produk. Dalam konteks ini, kualitas produk mencakup berbagai aspek, termasuk performa, keandalan, ketahanan, dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh sepeda motor. Produsen, sebagai respons terhadap tuntutan konsumen yang semakin tinggi dan persaingan yang semakin ketat di industri otomotif, memfokuskan perhatian mereka pada peningkatan kualitas produk. Peningkatan ini bukan hanya menjadi strategi untuk memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga menjadi kunci dalam upaya produsen untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Dengan memberikan produk yang berkualitas, produsen tidak hanya membangun kepercayaan konsumen tetapi juga menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka di pasar yang kompetitif di industri sepeda motor di Indonesia.

Perkembangan terkini dalam dunia motor, yang menjadi perbincangan hangat di beberapa platform media sosial, adalah terkait dengan rangka motor Honda eSAF. Fenomena ini mencuat setelah sejumlah warganet berbagi informasi tentang rangka motor mereka yang mengalami patah dan karatan. Kejadian ini ternyata menimpa rangka motor eSAF atau Enhanced Smart Architecture Frame. Rangka inovatif ini pertama kali diterapkan pada motor Honda sejak tahun 2019, dengan Honda Genio menjadi motor pertama yang mengadopsinya. Unggahan dan diskusi di media sosial memperlihatkan bahwa masalah terkait rangka eSAF menciptakan perhatian dan keprihatinan di kalangan pengguna sepeda motor Honda.

eSAF merupakan singkatan dari Enhanced Smart Architecture Frame, sebuah rangka cerdas yang telah diperkaya dengan berbagai teknologi inovatif. Metode dan teknologi pembuatan rangka ini secara signifikan berbeda dari jenis rangka motor lainnya. Rangka motor Honda eSAF dibuat dari plat baja yang kemudian di-press dan dilas, sebuah pendekatan yang berbeda dengan penggunaan pipa yang umumnya digunakan dalam rangka motor konvensional. Pengelasan antara beberapa pelat baja yang di-press juga mengalami perbedaan, dengan penggunaan alat las laser yang diklaim dapat meminimalkan deformasi. Hingga saat ini, terdapat empat model motor Honda yang telah mengadopsi rangka eSAF, yakni Honda Genio, Honda Beat, Honda Scoopy, dan Honda Vario 160. Dengan karakteristik uniknya, rangka eSAF menjadi daya tarik sendiri dalam dunia sepeda motor.

Kejadian ketika rangka motor Honda mengalami korosi dan keretakan bukanlah semata-mata sebuah masalah, tetapi membawa dampak kerugian yang signifikan bagi konsumen. Situasi ini menunjukkan bahwa sepeda motor yang telah dibeli oleh konsumen tidak dapat digunakan secara optimal. Kerugian yang lebih merugikan adalah kerusakan pada rangka motor yang melibatkan korosi dan keretakan, yang cenderung terjadi pada sepeda motor yang masih baru dan baru digunakan dalam beberapa bulan. Dampak dari kerugian ini tidak hanya terbatas pada aspek materiil, tetapi juga membawa potensi bahaya terhadap keselamatan konsumen. Untuk menangani kasus semacam ini, regulasi yang berkaitan adalah KNKT (Komite Nasional Keselamatan Transportasi), sesuai dengan Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 102 Tahun 2022 tentang Komite Nasional Keselamatan Transportasi.

KNKT berperan sebagai institusi independen yang melakukan investigasi kecelakaan transportasi dengan metode pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data secara sistematis dan obyektif untuk mencegah kecelakaan transportasi dengan penyebab yang serupa. Dalam konteks perlindungan konsumen, penelitian ini akan mengeksplorasi peran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pemerintah telah melibatkan diri dalam upaya perlindungan konsumen dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai instrumen hukum preventif. Undang-Undang ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan membangun perusahaan yang tangguh, mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar saat ini. Langkah preventif ini diimplementasikan dengan menekankan pentingnya menyediakan produk dan jasa berkualitas tinggi kepada konsumen. Selain meningkatkan kualitas bisnis dan daya saing, tindakan ini juga diharapkan dapat meningkatkan martabat konsumen. Dengan demikian, kesadaran, pengetahuan, kepedulian, dan kemampuan konsumen diharapkan akan tumbuh, menciptakan suatu dinamika positif dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Lebih lanjut, langkah ini juga diarahkan untuk menumbuhkan sikap bertanggung jawab di kalangan pelaku usaha, mendorong mereka untuk menghindari tindakan yang dapat merugikan konsumen. Dan sebagaimana yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 30 ayat (3) yang berisikan

“Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.”

Badan Perlindungan Konsumen Nasional memiliki peran utama dalam mengembangkan inisiatif perlindungan konsumen dengan tugas utamanya mencakup memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah saat merancang undang-undang perlindungan nasional. Dibentuk dengan tujuan melindungi konsumen, badan ini berfungsi sebagai penasihat yang memberikan masukan konstruktif kepada pemerintah untuk memastikan bahwa undang-undang perlindungan konsumen dapat diimplementasikan secara efektif. Tugasnya yang melibatkan pemberian saran dan rekomendasi ini bertujuan untuk menciptakan kerangka hukum yang kuat dan komprehensif, sehingga hak-hak konsumen dapat terlindungi secara optimal dalam berbagai transaksi bisnis dan kegiatan konsumen.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat penjabaran yang mengenai hak-hak konsumen, di antaranya adalah hak untuk diberikan ganti rugi dan hak untuk mengajukan keluhan. Hak ini memberikan landasan hukum yang kuat bagi pihak konsumen untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang mereka alami akibat cacat atau ketidaksesuaian produk yang dibeli dari pelaku usaha. Sejalan dengan ketentuan undang-undang ini, pihak konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan sebagai upaya untuk menyelesaikan sengketa dan mendapatkan keadilan. Dengan demikian, konsumen dapat memanfaatkan ketentuan tersebut untuk mendapatkan kompensasi yang layak dan melibatkan pihak yang berwenang dalam penyelesaian masalah yang dihadapi. Perlu adanya tanggung jawab oleh produsen selaku pelaku ekonomi pasal 19 Undang – Undang Perlindungan Konsumen yang berisikan:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dalam meminta pertanggungjawaban atas kerugian yang diderita oleh konsumen terdapat kesulitan – kesulitan untuk konsumen meminta ganti kerugian tersebut maka dari itu perlu adanya perlindungan konsumen mengenai produk cacat yang diderita konsumen sehingga konsumen mendapatkan pertanggung jawaban dari pihak pelaku usaha. Dalam penelitian ini, hak konsumen berikut akan turut ditinjau. Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum konsumen yang ada dalam kasus Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT Astra Honda Motor dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
2. Untuk meninjau bentuk tanggungjawab dari kasus kasus Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT. Astra Honda Motor atas keselamatan pengguna kendaraan bermotor yang mungkin timbul dari penggunaan eSAF dalam produk-produk PT Astra Honda Motor.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan adalah metode yuridis normatif. Penelitian ini merupakan suatu tindakan ilmiah yang terfokus pada analisis dan konstruksi, yang dilakukan dengan sistematis dan konsisten menggunakan suatu pendekatan tertentu. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan kebenaran yang terkait dengan materi yang diteliti. Bahan hukum primer, dalam konteks penulisan ini, bahan yang digunakan adalah peraturan perundang-undangan, dengan fokus pada penggunaan bahan hukum primer, yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 102 Tahun 2022 tentang Komite Nasional Keselamatan Transportasi. Bahan hukum sekunder merujuk kepada materi yang tidak memiliki kekuatan hukum mengikat, tetapi berfungsi sebagai sumber referensi atau pembahasan, seperti buku, artikel dalam majalah atau surat kabar, laporan penelitian, makalah yang dipresentasikan dalam acara ilmiah, dan catatan kuliah.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan sumber hukum primer, yang merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat. Selain itu, juga digunakan sumber hukum sekunder berupa buku, artikel, makalah, dan berbagai referensi lainnya, sebagai tambahan untuk mendukung bahan hukum sekunder. Dengan metode pengumpulan data library research. Penelitian kepustakaan (library research) yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literatur. Literatur yang diteliti tidak terbatas pada buku-buku tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi, majalah, jurnal, dan surat kabar. Penekanan penelitian kepustakaan adalah ingin menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, pendapat, gagasan dan lain-lain yang dapat dipakai untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang diteliti.

Dalam proses analisis data untuk penulisan skripsi ini, metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yang memiliki karakteristik kualitatif, dimana pendekatan ini bertujuan untuk menguraikan data serta menyajikannya dengan analisis mendalam. Pendekatan penelitian ini dilakukan dengan pendekatan yuridis normatif yang merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis bahan hukum utama, dengan cara menyelidiki teori-teori, konsep-konsep, prinsip-prinsip hukum, dan peraturan perundang-undangan yang relevan dengan penelitian ini. Pendekatan ini juga sering disebut sebagai pendekatan kepustakaan, di mana penelitian dilakukan melalui studi mendalam buku-buku, peraturan hukum, dan berbagai dokumen lain yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Penelitian ini memiliki karakteristik deskriptif analitis, yang bertujuan untuk merinci, mengidentifikasi fakta-fakta hukum dengan cermat, dan secara sistematis mengevaluasi peraturan hukum di tingkat nasional serta kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah daerah yang relevan dengan subjek penelitian ini yaitu perlindungan hukum konsumen yang ada dalam kasus Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT Astra Honda Motor dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bentuk tanggungjawab dari kasus kasus Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT. Astra Honda Motor atas keselamatan pengguna kendaraan bermotor yang mungkin timbul dari penggunaan eSAF dalam produk-produk PT Astra Honda Motor.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perlindungan Hukum Konsumen yang Ada dalam Kasus Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT Astra Honda Motor Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dengan demikian perlindungan konsumen memiliki peran penting dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan otomotif memenuhi standar kualitas dan keamanan yang telah ditetapkan. Undang-Undang perlindungan konsumen no 8 tahun 1999 memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar mengenai produk yang mereka beli, termasuk mengenai fitur-fitur keamanan seperti eSAF. Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi atau penggantian jika produk yang mereka beli tidak sesuai dengan kualitas yang dijanjikan atau jika terdapat cacat produksi. Dengan demikian, perlindungan hukum konsumen menjadi instrumen penting dalam menjaga hak-hak konsumen dan mendorong perusahaan untuk selalu memprioritaskan keamanan dan kepuasan konsumen dalam mengembangkan produk mereka.

Pasal 7 UUPK menjelaskan bentuk beritikad baik dalam melakukan bagi usaha pada eSAF:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, PT astra honda telah memberikan garansi kepada konsumen berupa 5 tahun pergantian rangka apa bila terjadi kerusakan yang disebabkan oleh PT astra honda dan jika terjadi pada komponen lain diberi garansi selama 1 tahun.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, PT astra honda sudah memberikan informasi kepada konsumen yang mengalami kerusakan pada rangka eSAF nya melalui media internet dan sosial media dan sudah memberikan tata cara untuk mengganti komponen yang rusak.
3. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku, PT astra honda sudah
4. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan jasa tertentu merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli. Hal ini mencakup penawaran kepada konsumen untuk mengenal lebih dekat produk atau jasa sebelum melakukan pembelian. Selain itu, memberikan jaminan atau garansi atas barang yang dibuat dan diperdagangkan menjadi aspek penting dalam memberikan kepastian kualitas dan fungsionalitas produk. Tindakan ini menciptakan kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan mereka beli, karena adanya jaminan atau garansi menunjukkan tanggung jawab produsen atau penjual terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Dengan demikian, perlindungan konsumen melibatkan transparansi, kejelasan, dan kepastian dalam setiap tahap pembelian, PT astra honda sudah melakukan beberapa kali kepada konsumen untuk melakukan uji coba terhadap produk yang akan dijual ke pasaran agar para konsumen merasakan perbedaan dan teknologi yang telah dibuat oleh PT astra honda.
5. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, adanya kerusakan pada rangka eSAF yang mengalami korosi PT astra honda sudah memberikan pergantian rangka dengan garansi 5 tahun sejak pembelian

Tanggungjawab dari Pelaku Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT. Astra Honda Motor atas Keselamatan Pengguna Kendaraan Bermotor yang Mungkin Timbul dari Penggunaan eSAF dalam Produk-produk PT Astra Honda Motor

Dengan demikian tanggung jawab dari para pelaku Enhanced Smart Architecture Frame menggunakan Prinsip strict liability memiliki tujuan agar produsen benar-benar bertanggung jawab terhadap kepentingan konsumen. Prinsip ini diterapkan dengan harapan bahwa beban kerugian seharusnya ditanggung oleh pihak yang memproduksi barang dan jasa yang cacat atau berbahaya, bukan oleh konsumen sebagai korban. Dengan meletakkan barang-barang di pasar, pelaku usaha secara otomatis menjamin bahwa produk-produk tersebut aman untuk digunakan.

Penerapan prinsip strict liability juga memiliki manfaat dalam menghilangkan proses yang panjang dalam penuntutan hukum, karena secara ilmiah dan teknis, produk yang diedarkan seharusnya tidak mungkin mengandung cacat. Dengan demikian, jika terjadi kerugian, pihak yang menderita atau pihak ketiga yang turut bertanggung jawab akan lebih mudah diidentifikasi dan dituntut sesuai dengan prinsip ketat ini.

Penyelesaian sengketa konsumen, baik melalui Pengadilan Negeri maupun alternatif penyelesaian yang dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menawarkan tiga cara berbeda dalam menyelesaikan sengketa, yakni melalui mediasi, arbitrase, dan konsiliasi. Dalam konteks ini, apabila konsumen merasa dirugikan dalam proses konsumsi barang atau jasa, mereka memiliki hak untuk mengajukan gugatan terhadap pihak yang bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Pihak yang dapat digugat mencakup produsen, supplier, pedagang besar, pedagang eceran, atau pihak lain yang terlibat dalam produksi dan pemasaran produk yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dengan ketentuan ini, konsumen memiliki akses ke berbagai mekanisme penyelesaian sengketa untuk memastikan hak-hak mereka terlindungi dan mendapatkan kompensasi yang seadil-adilnya..

PT Astra Honda Motor, sebagai perusahaan terkemuka dalam industri sepeda motor di Indonesia, telah menunjukkan komitmen serius terhadap penyelesaian sengketa dengan pelanggan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada suatu waktu, terjadi ketidakpuasan dari sebagian pelanggan terkait dengan kendaraan yang mereka beli. Untuk menangani sengketa ini, PT Astra Honda Motor memilih untuk melakukan mediasi sesuai dengan ketentuan hukum.

Dalam upaya penyelesaian sengketa ini, PT Astra Honda Motor berkolaborasi dengan pihak ketiga yang berkompeten, yaitu Kementerian Perhubungan (Keenhub) dan Komite Nasional Keselamatan Transportasi (KNKT). Mediasi melalui Keenhub dan KNKT merupakan langkah yang diambil guna memastikan penyelesaian yang adil dan transparan sesuai dengan standar hukum yang berlaku.

Proses mediasi ini mencakup dialog intensif antara PT Astra Honda Motor, pelanggan yang terlibat, dan pihak Keenhub serta KNKT sebagai mediator yang berwenang. Tujuan utamanya adalah mencapai penyelesaian yang memuaskan kedua belah pihak tanpa harus melibatkan proses hukum yang lebih rumit. PT Astra Honda Motor bersedia mendengarkan keluhan pelanggan dengan serius dan bekerja sama dengan pihak mediasi untuk menemukan solusi yang adil dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Melalui mediasi ini, PT Astra Honda Motor menunjukkan kesediaan dan tanggung jawabnya sebagai produsen terkemuka untuk menanggapi setiap sengketa dengan cara yang mendukung semangat perlindungan konsumen yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Proses ini juga mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan berupaya untuk memastikan kepuasan pelanggan secara menyeluruh. AHM telah membuka layanan pemeriksaan dan penanganan dengan menyediakan layanan 24 jam melalui contact center Honda 1-500-989 yang dapat diakses dari seluruh Indonesia. Selain itu, konsumen yang mengeluhkan rangka eSAF pada motor Honda yang dimilikinya bisa datang langsung ke bengkel AHASS terdekat.

D. Kesimpulan

Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penggunaan Enhanced Smart Architecture Frame (eSAF) oleh PT Astra Honda Motor pada sepeda motor, telah terbukti dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan fondasi kuat untuk melindungi hak-hak konsumen. Dengan mendasarkan pada undang-undang ini, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat mengenai fitur eSAF serta hak untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan standar kualitas yang dijanjikan. Perlindungan hukum ini juga memberikan keamanan kepada konsumen, memastikan bahwa mereka dapat mengajukan gugatan atau meminta ganti rugi jika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak mereka.

Pertanggung dari PT Astra Honda Motor memberikan tanggapan yang cepat terhadap keluhan konsumen adanya karat terhadap rangka eSAF. PT Astra Honda Motor memberikan garansi 5 tahun kepada konsumen yang mengalami rangka eSAFnya korosi yang mengakibatkan rangka eSAF patah, konsumen yang mengeluhkan rangka eSAF pada motor Honda yang dimilikinya bisa datang langsung ke bengkel AHASS terdekat.

Daftar Pustaka

- [1] Philipus M. Hadjon, 2011, Pengantar Hukum Administrasi Negara, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, h.76.
- [2] Sri Mamudji et. al., Metode Penelitian dan Penulisan Hukum, cet.1, (Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia, 2005), hal. 1.
- [3] Chan, H. C. (2017). Pengaruh citra merek terhadap minat pembelian motor Yamaha di Bandar Lampung (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).
- [4] Hurairah, H. (2019). ASPEK PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN JASA PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA. *JURNAL HUKUM SEHASSEN*, 2(1).
- [5] Sarjono. DD., Panduan Penulisan Skripsi, (Yogyakarta : Jurusan Pendidikan Agama Islam, 2008), h.20 Tamara, A. (2016). Implementasi analisis SWOT dalam strategi pemasaran produk mandiri tabungan bisnis. *Jurnal riset bisnis dan manajemen*, 4(3).
- [6] Taufan, S. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Industri Otomotif Melalui Institut Otomotif Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 401-408.
- [7] Tjiptono, Fandi, & Diana, A. (2016). Pemasaran : esensi & aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset, hal. 216.
- [8] AISI. (2022). Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia
- [9] Aruna Fatma Hidayah Sumintardirja, & Liya Sukma Muliya. (2023). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Kosmetik Berbahaya yang Diperjualbelikan pada Marketplace Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 63–68. <https://doi.org/10.29313/jrih.v3i2.2761>
- [10] Hermanto, I. P., & Arinto Nurcahyono. (2022). Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Residivis Tindak Pidana Pencurian Sepeda Motor di Kabupaten Banggai. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 89–94. <https://doi.org/10.29313/jrih.v2i2.1451>
- [11] Muhammad Fabio Ustuchori, & Liya Sukmah Muliya. (2022). Perlindungan Hukum Pengguna Obat Nyamuk Berdasarkan Hukum Islam dan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 1–5. <https://doi.org/10.29313/jrih.v2i1.621>
- [12] Putri Nur Anisa, & Tatty Aryani Ramli. (2022). Implementasi Peraturan Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagai Upaya Perlindungan Konsumen. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 1(2), 111–116. <https://doi.org/10.29313/jrih.v1i2.528>