

TANGGUNG JAWAB HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA IKLAN PENGEMBANG PERUMAHAN BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Barlian Tatawinarta¹, Wiwik Sri Widiarty², Andrew Betlehn³
Mahasiswa Magister Ilmu Hukum, Universitas Kristen Indonesia
Email: coachbarlian@gmail.com

ABSTRAK

Kata kunci:

Pengembang perumahan,
wanprestasi,
iklan perumahan,
refund

Sektor properti adalah tulang punggung (backbone) pembangunan di Indonesia sehingga kepemilikan properti tentulah sangat berpengaruh bagi para pengembang dan juga berimbas pada 174 (seratus tujuh puluh empat) industri turunan lainnya dan juga berimbas bagi jutaan penduduk Indonesia. Ketidaksesuaian antara iklan perumahan dengan kenyataan seringkali membuat para konsumen kecewa terhadap wanprestasi dari pengembang perumahan yang cidera janji. Baik cidera janji mengenai waktu pembangunan, kualitas bangunan dan fasilitas yang dijanjikan sampai janji pengembang yang tidak kunjung tiba juga tidak sedikit pengembang yang melarikan uang konsumennya yang jumlahnya fantastis. Kejadian ketidaksesuaian antara iklan dengan kenyataan membawa dampak serius terhadap kepercayaan konsumen kepada para pengembang yang ada. Penyelesaian suatu sengketa perkara yang memuaskan para pihak secara win win solution merupakan dambaan dan harapan semua pihak, karena akan mendatangkan banyak manfaat dan juga dapat mempertahankan hubungan yang harmonis yang telah terjalin bahkan sampai kelanjutan hubungan yang saling menguntungkan para pihak. Ditinjau dari aspek hukum, penyelesaian sengketa yang berkeadilan, bermanfaat dan berkepastian hukum merupakan harapan dan dambaan semua pihak yang bersengketa. H.A Mukti Arto dengan mengutip Yahya Harahap, mengemukakan bahwa pada prinsipnya, pihak pihak yang bersengketa menghendaki penyelesaian yang cepat, adil dan murah. Dan hal ini menjadi asas umum dalam penyelesaian sengketa.

ABSTRACT

Keywords:

Housing developer,
Wanprestasi,
Housing advertisement,
Refund

The property sector is the backbone of development in Indonesia, thus property ownership greatly influences developers and impacts 174 other related industries and millions of Indonesian residents. The mismatch between housing advertisements and reality often disappoints consumers due to the breach of promises by housing developers. These breaches can include delays in construction, poor building quality, unfulfilled promised facilities, and even cases where developers misappropriate large sums of money from consumers. Such disparities between advertisements and reality have serious implications for consumer trust in existing developers. A satisfactory resolution to disputes, achieved through a win-win solution, is the desire and hope of all parties involved, as it brings numerous benefits and helps maintain harmonious relationships that have been established, or even allows for mutually beneficial future relationships. From a legal perspective, a just, beneficial, and legally

certain dispute resolution is the hope and aspiration of all parties involved in the dispute. H.A. Mukti Arto, quoting Yahya Harahap, suggests that, in principle, the disputing parties seek a resolution that is fast, fair, and inexpensive, which serves as a general principle in dispute resolution.

PENDAHULUAN

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sektor perumahan (Nasution, 2002). Sehingga mampu menghasilkan beraneka produk dan/atau jasa yang memiliki yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan dan bukan hanya perolehan profit semata dari usaha perumahan untuk masyarakat (Arto, 2017). Penjelasan bahwa Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi kunci penyelesaian permasalahan yang dihadapi konsumen perumahan, oleh karena itu urgensi dari peraturan tersebut menjadi penting mengingat kebutuhan konsumen akan perlindungan hukum bagi seluruh rakyat Indonesia (Umum, 2016). Penyelesaian suatu sengketa perkara yang memuaskan para pihak secara *win win solution* merupakan dambaan dan harapan semua pihak, karena akan mendatangkan banyak manfaat dan juga dapat mempertahankan hubungan yang harmonis yang telah terjalin bahkan sampai kelanjutan hubungan yang saling menguntungkan para pihak. Ditinjau dari aspek hukum, penyelesaian sengketa yang berkeadilan, bermanfaat dan berkepastian hukum merupakan harapan dan dambaan semua pihak yang bersengketa (WIDIARTI, 2019). H.A Mukti Arto dengan mengutip Yahya Harahap, mengemukakan bahwa pada prinsipnya, pihak pihak yang bersengketa menghendaki penyelesaian yang cepat, cepat, adil dan murah. Dan hal ini menjadi asas umum dalam penyelesaian sengketa. Demikian juga dengan penyelesaian sengketa konsumen perlu secara tepat, adil dan berbiaya murah merupakan dambaan semua pihak, baik oleh pelaku usaha dan terutama bagi konsumen yang dalam berbagai keadaan memiliki posisi yang lemah dibandingkan dengan pelaku usaha khususnya dari aspek proses produksi maupun dari aspek keuangan. Mulai dari hulu ke hilir, pengembang dalam menghasilkan suatu produk barang berupa rumah hunian ataupun rumah toko untuk tempat usaha atau jasa untuk kemudian dipasarkan kepada masyarakat dalam hal ini adalah konsumen (Hutahaean et al., 2022).

Sementara itu, Sularsi mengemukakan, bahwa karakteristik khusus yang ditemui dalam sengketa konsumen antara lain berkaitan dengan ketimpangan daya tawar (*bargaining position*) antara konsumen dan pelaku usaha, dimana pada umumnya konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah secara ekonomis, psikologis dan pengetahuannya dibandingkan dengan pelaku usaha dalam hal ini pengembang perumahan yang pada umumnya dalam bentuk korporasi dan sudah tertata dengan sistematis dari segi pengelolaan (Arifin, 2019). Diluar hal tersebut titik pangkal dari sebuah sengketa umumnya berawal dari informasi yang tak diterima secara benar dan tepat, sehingga pemahaman mengenai transaksi jual beli rumah menjadi berbeda. Hal ini tentu sangat sederhana dan lebih baik diselesaikan dengan musyawarah dan mufakat antara pengembang dengan konsumen perumahan perihal pemenuhan hak dan kewajiban para pihak (Shafira & Saly, 2019). Kewajiban dan peran pengembang adalah mengembangkan suatu kawasan dengan cara merancang, membangun dan memasarkan sebuah kawasan hunian ataupun untuk usaha kepada konsumen yang membutuhkan atau menginginkan tinggal ataupun berusaha di lokasi yang dikembangkan pengembang tersebut (Moertiono, 2020).

Penulis tertarik meneliti mengenai “Tanggung jawab hukum terhadap konsumen pada iklan pengembang perumahan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen”. Berikut contoh mega proyek Meikarta yang banyak merugikan konsumen “Ketua Komisi I DPRD Kabupaten Bekasi, Yudhi Darmansyah, mengungkapkan bahwa “Meikarta harus menghapus iklan Meikarta dari perputaran iklan di televisi. Kalau kita mau menelaah sesuai dengan Izin Peruntukan Penggunaan Tanah (IPPT), izin Meikarta itu kan baru 84,6 hektar, bukan 500 hektar (Supriatiningsih, 2016). Harusnya iklan yang seperti ini dihapus, karena konten iklan yang seperti itu menjadi sebuah kebohongan terhadap publik. Jadi kalau mau, Meikarta harusnya sesuai realita saja. “Selain itu, Yudhi juga mengatakan bahwa Meikarta sudah melanggar UUD dan UU Penyiaran, dimana konten iklan dinilai telah menyakiti warga masyarakat sekitar pembangunan proyek Meikarta”. Jadi promosinya sangat menarik tetapi kenyataannya sangat mengecewakan. Kekecewaan ini akan berimbas kepada pengembang serta konsumen lainnya jika hal ini tidak segera ditangani (Putri & Humaira, 2021).

Undang-Undang Penyiaran yang di atas dimaksud adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Bab IV Pasal 36 tentang Pelaksanaan Siaran ayat (5a) “Bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan dan/atau bohong.” (Moniaga et al., 2021). Serta melanggar Etika Pariwisata Indonesia amandemen 2020 Pasal 2.15 tentang Properti 2.15.1 Produk *property* hanya dapat diiklankan jika pihak pengiklan telah memperoleh hak yang sah atas kepemilikannya, serta memiliki segala izin resmi yang diperlukan (Pattipeiluhu et al., 2021). Dan pasal 2.15.2 Segala informasi tentang fasilitas, material, maupun jangka waktu penyelesaian *property* terkait harus benar-benar dapat dipertanggungjawabkan (Bunga, 2021). Yang pada kenyataannya Meikarta antara iklan dengan kenyataannya sangatlah berbeda, melanggar Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1320 tentang syarat sahnya suatu perjanjian dan Pasal 1338 tentang kebebasan berkontrak serta melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 17 ayat (1) yang berbunyi, “Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang: a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa; b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa; c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa”. (Moniaga et al., 2021).

Menurut Mochamad Basuki Hadimoeljono, Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat mengatakan, “Selama ini penyaluran FLPP untuk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) subsidi melalui perbankan. Bank kemudian bekerja sama dengan pengembang untuk membangun perumahan subsidi bagi kalangan MBR, selama ini kan pemerintah tidak masuk, hanya Bank BTN yang mengurus administrasi, berhak atau tidak. Nah sekarang saya mau masuk. Tahun ini saya akan bentuk timnya, kalau terbukti benar, kita *blacklist*. Saya harus kerja sama dengan asosiasi, seperti Asosiasi Pengembang Perumahan dan Permukiman (Apersi), dan Real Estate Indonesia (REI). Kemudian saya jadi pengawas teknis, karena saya punya hak untuk itu, dalam penjelasannya”. (Johnson et al., 2019). Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana tanggung jawab pengembang dalam iklan perumahan berdasarkan undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
- 2) Bagaimana upaya hukum dalam penyelesaian sengketa konsumen perumahan?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini akan menggunakan yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian tesis ini adalah metode penelitian yuridis normatif, dengan sifat penelitian deskriptif. Penelitian yuridis normatif merupakan suatu penelitian kepustakaan yang dilakukan dengan meneliti data

sekunder (Yasa et al., 2021). Penelitian dilakukan dengan meneliti ketentuan-ketentuan yang ada di dalam peraturan perundang-undangan dan literatur terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tanggung Jawab Pengembang dalam Iklan Perumahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam iklan perumahan yang merupakan janji pengembang perumahan kepada konsumennya akan membangun unit dan sarana prasarananya sesuai dengan spesifikasi yang tertera di iklan dan tanggal serah terima unitnya. Janji tersebut wajib dipenuhi oleh pengembang perumahan kepada konsumennya, pada saat janji tersebut belum atau tidak dipenuhi (*wanprestasi*) maka ada hak konsumen yang dirugikan. Intinya konsumen perumahan saat mereka merasa dirugikan meminta uang mereka Kembali (*refund*) atau meminta pengembang perumahan untuk memenuhi janjinya baik unit ataupun sarana prasarana yang tertera dalam iklan perumahan pengembang perumahan (Lahilote, 2016).

Mengaitkan permasalahan diatas dengan merujuk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa “Pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan / atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. (DM, 2016). Hak atas ganti rugi ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang tidak seimbang akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memunahi harapan konsumen. Ganti rugi ini pada prakteknya dapat berbentuk penggantian unit atau pengembalian sejumlah uang yang sudah dibayarkan konsumen kepada pengembang perumahan sebagai wujud itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Hanya saja proses dan teknis pelaksanaannya belum diatur dengan detil khususnya “Tanggung Jawab Pengembang Dalam Iklan Perumahan Berdasarkan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

Intinya bentuk tanggung jawab pengembang perumahan dalam iklan perumahan adalah mengembalikan uang konsumen yang telah masuk (*refund*) atau memenuhi janji pengembang perumahan yang telah dipublikasikan dalam bentuk iklan berupa unit rumah yang dipesan berikut dengan fasilitasnya ataupun pada prakteknya ada yang unitnya dipindah (Paju, 2016). Bentuk konkrit tanggung jawab adalah ganti rugi dari pengembang dalam mempertanggungjawabkan iklan perumahannya adalah dalam bentuk pengembalian dana atau *refund*. Adapun seluk-beluk *refund* dalam Aspek Hukum Jual-Beli, sebagai berikut; Istilah *refund* atau pengembalian dana kian populer penggunaannya seiring meningkatnya kegiatan bisnis di masyarakat. Dalam berbagai transaksi seperti jual-beli tiket pesawat, kereta api dan belanja barang lainnya seperti tas, sepatu dan baju, istilah *refund* sering dijumpai. *Refund* merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dalam transaksi jual-beli barang dan jasa. Namun perlu menjadi perhatian, penerapan *refund* ternyata sangat beragam umumnya bergantung pada klausul yang dibuat oleh penjual atau pemberi layanan. Misalnya, dalam pembelian tiket pesawat, terdapat kondisi-kondisi tertentu *refund* tersebut dapat terjadi dengan pengembalian dana 100 (seratus) persen. Tapi, terdapat kondisi tertentu lainnya juga *refund* tersebut diberikan tidak penuh kepada konsumen. Ada juga pelaku usaha yang secara terang-terangan tidak memberlakukan *refund* pada barang dan jasa yang dijualnya. Tidak hanya itu, dari sisi waktu pengembalian ke konsumen, penerapan *refund* juga sangat beragam mulai dari tiga hari, 60 (enam puluh) hingga 90 (Sembilan puluh) hari. Lantas seperti apa aturan main *refund* tersebut karena beragamnya penerapan *refund* tentunya menjadi pertanyaan bagi publik sebagai konsumen. Publik (baca: konsumen) juga sering tidak memahami hak-haknya dalam ketentuan *refund* tersebut sehingga cenderung memilih untuk diam

(ANGRAENI, 2019).

Praktisi hukum perlindungan konsumen dan Ketua Komunitas Konsumen Indonesia (KKI), David Tobing menjelaskan dalam Kitab Undang Undang Hukum Perdata (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata), “*refund* termasuk dalam kategori ganti rugi akibat tidak dijalankannya suatu prestasi atau wanprestasi. Setidaknya terdapat tiga persyaratan terjadinya wanprestasi yaitu tidak melakukan sesuatu yang disanggupi untuk dilakukan, melakukan perjanjian tidak sesuai yang diperjanjikan dan melakukan perjanjian tapi terlambat (Sakti, 2021). Dia menjelaskan ketentuan wanprestasi sehingga menimbulkan konsekuensi *refund* ini dapat mengacu pada Pasal 1236 dan 1239 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pada Pasal 1236 menerangkan wanprestasi bisa terjadi dalam jual beli barang dan jasa apabila salah satu pihak tidak mampu menyerahkan barangnya seperti yang dijanjikan. Kemudian, Pasal 1239 menyatakan wanprestasi terjadi apabila salah satu pihak tidak mampu melakukan perbuatan tertentu. Sehingga, sebagai konsekuensinya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengatur bahwa pihak yang telah wanprestasi harus melakukan penggantian biaya, kerugian dan bunga. *Refund* atau pengembalian biaya termasuk dalam salah satu jenis ganti kerugian. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 4 huruf H menyatakan *refund* merupakan hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Umum, 2016).

Sedangkan, kewajiban pelaku usaha memberi *refund* saat barang dan jasa yang diberikan tidak sesuai perjanjian juga tercantum dalam Pasal 7 huruf g. Di bagian lain yaitu Pasal 19 ayat 2 sangat jelas diatur tentang tanggung jawab pelaku usaha apabila akibat mengkonsumsi barang dan jasa menimbulkan kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen. Ganti rugi tersebut 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. Jangka waktu pengembalian *refund* sangat beragam. Seharusnya yang bisa menjadi acuan adalah Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana pengembalian uang dilakukan 7(tujuh) hari setelah transaksi (Putri & Humaira, 2021). Membandingkan dengan aturan dunia penerbangan ada ketentuan dimana apabila pembayaran dilakukan oleh penumpang dengan uang tunai maka maskapai harus mengembalikannya selambat lambatnya 15 (lima belas) hari kerja setelah pengaduan dan apabila pembayaran dilakukan dengan kartu kredit atau debit selambat lambatnya 30 hari setelah pengajuan”. Tetapi belum ada pengaturan khusus tentang tata cara *refund* dari pengembang perumahan kepada konsumen perumahan.

Jika kita bandingkan peraturan perundangan dengan merujuk pada Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 11/PRT/M/2019 tentang Sistem Perjanjian Pendahuluan Jual Beli Rumah pada Pasal 9 ayat (2) berbunyi “Apabila calon pembeli membatalkan pembelian Rumah tunggal, Rumah deret atau Rumah Susun sebagaimana dimaksud pada ayat (1), seluruh pembayaran yang diterima pelaku pembangunan harus dikembalikan sepenuhnya kepada calon pembeli.” Dan pada Pasal 5 dan 6 berbunyi “Pengembalian pembayaran sebagaimana dimaksud pada Ayat (2) atau dalam hal terdapat sisa uang pembayaran setelah diperhitungkan dengan pemotongan sebagai dimaksud pada ayat (3) dilaksanakan paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender sejak surat pembatalan ditandatangani. (6) Dalam hal pengembalian pembayaran dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (5) tidak terlaksana, pelaku pembangunan dikenakan denda sebesar 1‰ (satu per-mil) per-hari kalender keterlambatan pengembalian dihitung dari jumlah pembayaran yang harus dikembalikan.”

Tanggung Jawab Hukum Terhadap Konsumen Pada Iklan Pengembang Perumahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perbedaan yang jelas antara peraturan perundangan yang meninjau permasalahan yang ada, yaitu pengembalian dana (*refund*) dan pemenuhan janji (*prestasi*) dalam iklan pengembang perumahan dikarenakan belum ada aturan yang tegas dan jelas serta peraturan yang tumpang tindih serta belum ada undang-undang pelaksanaannya yang secara spesifik mengatur proses pemenuhan tanggung jawab pengembang perumahan terhadap iklan perumahan sehingga banyak merugikan konsumen perumahan. Untuk lebih jelasnya perbedaan peraturan mengenai *refund* terhadap pengembang perumahan yang lalai atau wanprestasi dan pengembang yang memenuhi janjinya atau prestasi menurut beberapa hukum positif di Indonesia dapat kita lihat dari penjelasan berikut:

Berdasarkan Pasal 9 Ayat 1 Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 11/PRT/M/2019 Tahun 2019 mengenai Sistem Perjanjian Pendahuluan Jual Beli Rumah. "Dalam hal pelaku pembangunan lalai memenuhi jadwal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (2) huruf a dan/atau huruf b, calon pembeli dapat membatalkan pembelian Rumah tunggal, Rumah deret atau Rumah Susun". Pengembang Perumahan atau pelaku pembangunan dikenakan denda sebesar 1‰ (satu per-mil) per-hari kalender keterlambatan pengembalian dihitung dari jumlah pembayaran yang harus dikembalikan. Lihat Pasal 9 Ayat 6 Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 11/PRT/M/2019 Tahun 2019 mengenai Sistem Perjanjian Pendahuluan Jual Beli Rumah: " Dalam hal pengembalian pembayaran dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (5) tidak terlaksana, pelaku pembangunan dikenakan denda sebesar 1‰ (satu per-mil) per-hari kalender keterlambatan pengembalian dihitung dari jumlah pembayaran yang harus dikembalikan ". Jika Pengembang perumahan atau pelaku pembangunan lalai setelah PPJB, maka seluruh pembayaran yang telah diterima harus dikembalikan kepada pembeli. Lihat pasal 13 ayat 1 Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 11/PRT/M/2019 Tahun 2019 mengenai Sistem Perjanjian Pendahuluan Jual Beli Rumah: "Dalam hal pembatalan pembelian Rumah setelah penandatanganan PPJB karena kelalaian pelaku pembangunan maka seluruh pembayaran yang telah diterima harus dikembalikan kepada pembeli ".

Mengutip dari Wiwik Sri Widiarty yang mengutip dari R.d Tjitrosudibio dan R Subekti bahwa "Kehadiran hukum diharapkan berlaku adil di muka hukum, tanpa ada diskriminasi dihadapan hukum". Bagi yang masyarakat kepentingannya dirugikan, maka sesuai pasal 1365 KUH Perdata, yang menyatakan, kewajiban seseorang untuk mengganti kerugian kepada pihak yang merasa dirugikan kepentingan perdatanya. Aturan pengembang perumahan dalam proses ganti rugi ini tidak dibahas secara detil dalam undang undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999, karena masih bersifat umum. Mengaitkan permasalahan diatas dengan merujuk pada Undang Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Shafira & Saly, 2019). Pada pasal 4 Undang Undang nomor 8 tahun 1999 menyatakan bahwa "Pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan / atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan". Hak atas ganti rugi ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang tidak seimbang akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Ganti rugi ini pada prakteknya dapat berbentuk penggantian unit atau pengembalian sejumlah uang yang sudah dibayarkan konsumen kepada pengembang perumahan sebagai wujud itikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Hanya saja proses dan teknis pelaksanaannya belum diatur dengan detil khususnya mengenai Tanggung Jawab Pengembang dalam Iklan Perumahan Berdasarkan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Upaya Hukum dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Perumahan

Penyelesaian sengketa konsumen yang mudah, cepat dan murah adalah impian para pihak. Penyelesaian sebaiknya dapat diselesaikan secara bipartid terlebih dahulu, dengan musyawarah untuk mencapai mufakat ini sesuai dengan penyelesaian sengketa Pasal 147 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman bahwa “Penyelesaian sengketa perumahan terlebih dahulu diupayakan berdasarkan musyawarah untuk mufakat”. (WIDIARTI, 2019) Cara penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 1 tahun 2011 Pasal 147 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman bahwa “Penyelesaian sengketa perumahan terlebih dahulu diupayakan berdasarkan musyawarah untuk mufakat”. Penyelesaian sengketa konsumen yang ideal adalah secara bipartid, musyawarah untuk mencapai mufakat. Menurut hasil wawancara penulis dengan Bapak Jajang Suteja, Ketua Asosiasi Perumahan DPD HIMPERRA Jawa Barat sekaligus Direktur Utama PT Kharima Catur Manunggal, “Jika ada urusan hukum, akan diselesaikan terlebih dahulu, untuk hal konsumen yang tidak puas atau merasa dirugikan, langsung saya tangani.

Dengan menggantikan uang kepada konsumen langsung sejumlah kerugiannya. Khususnya jumlah uang kecil. Dalam bisnis properti kita dengan konsumen, konsumen tinggal diproyek kita, proyek kita rumah kita, saat kita ada masalah dengan konsumen, apalagi sampai tuntutan-menuntut akan berimbas ke bisnis lebih baik jika ada masalah dengan konsumen dirugikan, kita ganti kerugiannya.” Pernyataan ini sejalan dengan Undang-undang perlindungan konsumen tetapi jika penyelesaian secara bipartid tidak menemui titik temu, maka konsumen dapat mengadakan permasalahan hukum ini ke Lembaga penyelesaian sengketa konsumen.

Mengutip David tobing, KUH Perdata dan hukum acara perdata. Menurut ketentuan yang terdapat pada pasal 45 ayat (1) UUPK dapat diketahui suatu sengketa konsumen dapat diselesaikan dengan 2 (dua) cara, yaitu (Arto, 2017):

1. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha; dan
2. Melalui pengadilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

2.1. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Latar belakang dan tujuan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia atau dikenal dengan YLKI pada 11 Mei 1973 berawal dari kepedulian sekelompok masyarakat akan penggunaan produk-produk dalam negeri serta bagaimana melindunginya. Sedangkan tujuannya adalah memberi bimbingan dan perlindungan kepada masyarakat konsumen menuju kesejahteraan keluarga. Bidang dan bentuk kegiatan: Bidang kegiatan utama lembaga ini adalah perlindungan konsumen, di samping bidang lainnya seperti kesehatan, air bersih dan sanitasi, gender, dan hukum sebagai penunjangnya. Bidang-bidang ini dilaksanakan terutama dalam bentuk studi, penelitian, survai, pendidikan dan penerbitan, advokasi, seminar, pemberdayaan masyarakat konsumen, dan pengembangan dan pendampingan masyarakat dan sebagainya.

2.2. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Jika penyelesaian sengketa konsumensecara bipartid tidak menemui kata sepakat maka konsumen dapat mengadakan pengembang ke BPSK. Menurut hasil *interview* oleh penulis ke BPSK Jakarta, bahwa BPSK adalah lembaga non-struktural yang bekedudukan di kabupaten atau kota yang berfungsi sebagai alternatif bagi konsumen untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan dengan prinsip mudah, sederhana dan cepat. Di BPSK anggotanya terdiri dari

Tanggung Jawab Hukum Terhadap Konsumen Pada Iklan Pengembang Perumahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

unsur pemerintah, unsur konsumen dan unsur pelaku usaha. adapun prinsip dasar penyelesaian di BPSK antara lain:

- a. Pilihan sukarela, penyelesaian sengketa di BPSK melalui cara; Konsiliasi, Mediasi atau Arbitrase atas dasar pilihan para pihak.
- b. Bukan berjenjang
- c. Anggota majelis sebagai fasilitator
- d. Penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK diutamakan diselesaikan secara musyawarah.

Ada 3 model penyelesaian di BPSK ini:

1. Konsiliasi

BPSK memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk menyelesaikan masalahnya jika hanya menyajikan saja memfasilitasi semua apa ya sebagai sifatnya sebagai moderator sambil menjelaskan apa saja hal-hal yang menyangkut hak konsumen masuk pada harus bagaimana menyelesaikannya kita akan menjadi kesepakatan ini diambil oleh ini tanpa intervensi.

2. Mediasi

Mediasi BPSK memfasilitasi apa yang menjadi masalah yang dihadapi kedua belah pihak atau menjadi pihak ketiga.

3. Arbitrase

BPSK bertindak sebagai Hakim untuk memutuskan perkara.

Tabel 1 Data Survey Penyelesaian Sengketa Konsumen di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Periode 31 Desember 2021

NO	JENIS PENGADUAN	JML	CARA PENYELESAIAN			SIDANG BERJALAN
			MEDIASI	KONSILIASI	ARBITRASE	
1	PROPERTY	68	64			4
2	FINANCE/LEASING	27	22		5	
3	PEMBELIAN PRODUK	7	7			
4	ASURANSI	200	200			
5	PERBANKAN	27	27			
6	SALON KECANTIKAN	1	1			
7	PDAM	2	2			
8	PENDIDIKAN	1	1			
9	PLN	3	2	1		
10	TELEKOMUNIKASI	1	1			
11	TRANSPORTASI UDARA	1			1	
12	HOTEL	1	1			
13	WEDDING ORGANIZER	2	2			
14	PELAYANAN KESEHATAN	2	2			
15	E-COMMERCE	1	1			
TOTAL PENGADUAN		344	333	1	6	4

**DATA PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN
DI BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK)
PERIODE 30 DESEMBER 2022**

NO	JENIS PENGADUAN	JML	CARA PENYELESAIAN
----	-----------------	-----	-------------------

Tanggung Jawab Hukum Terhadap Konsumen Pada Iklan Pengembang Perumahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

			MEDIASI	KONSILIASI	ARBITRASE	SIDANG BERJALAN
1	PROPERTY	30	28			2
2	FINANCE/LEASING	10			9	1
3	PEMBELIAN PRODUK	7	5			2
4	E-COMMERCE	1	1			
5	RETAIL	2	2			
6	PDAM	1	1			
7	PENDIDIKAN	1	1			
8	PAKET PERNIKAHAN	1	1			
9	PERBANKAN	3	3			
10	TRANSPORTASI UDARA	1	1			
11	JASA PARKIR	2	2			0
12	SHOWROOM	2	2			
13	TELEKOMUNIKASI	1	1			
14	ASURANSI	3	2			1
15	BIRO JASA	2	2			
TOTAL PENGADUAN		67	52		9	6

Hasil survey penulis ke BPSK Jakarta, jika kita perhatikan angka tertinggi di tabel Data Penyelesaian Sengketa di BPSK tahun 2021 dan 2022 pada jenis aduan yang tertinggi pertama dan kedua ada di pengaduan sektor “*Property*”. Konsumen yang berani bertindak untuk menuntut pelaku usaha ke BPSK yang masuk ke dalam angka tabel di atas, tetapi berapa banyak konsumen yang tidak angkat suara yang dirugikan? “sangat banyak jumlahnya!” Jika kita berkaca kepada diri sendiri sebagai konsumen, maupun melihat kawan dan saudara kita sebagai konsumen yang dirugikan. Tampak dari kedudukan konsumen dari sudut sosial-ekonomi keuangan, hukum dan peradilan serta daya tawar masih sangat lemah. Penelitian yang dilakukan baik oleh badan Pembinaan hukum Nasional-Departemen kehakiman (tahun 1979), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (tahun 1981) maupun Perserikatan Bangsa-bangsa (dalam tahun 1965) juga sampai pada hasil kesimpulan bahwa “... para konsumen segan mengajukan perkaranya ke Pengadilan karena khawatir biaya yang dipikulnya menjadi lebih besar dari kerugian yang mereka derita...”.

Flowchart Penyelesaian Sengketa di BPSK

Adapun *flowchart* untuk alur penyelesaian persidangan sengketa konsumen di BPSK sebagai berikut:

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan serta temuan penelitian sebagaimana diuraikan di bab-bab sebelumnya, dapat kiranya dirumuskan pokok-pokok kesimpulan sebagai berikut: Iklan adalah janji pengembang perumahan, inti dari pemenuhan prestasi iklan perumahan pada prakteknya adalah menyelesaikan unit rumah berikut, sarana dan prasarana lengkap dengan persyaratan legalitasnya atau dengan menggantikannya dengan unit lain jika konsumennya sepakat atau ganti rugi / pengembalian dana (*refund*) kepada pihak konsumen. Perjalanan panjang pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen masih banyak kekurangannya, karena masih sumir dan belum ada aturan khusus tentang ganti rugi atau *refund* khususnya dalam bidang perumahan. Konsumen tidak terlindungi baik secara preventif maupun represif sebagaimana perlindungan hukum yang dimaksudkan oleh Philipus M. Hadjon karena secara preventif peraturan perundang-undangan yang ada khususnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai bentuk perlindungan konsumen tidak bisa melindungi konsumen yang dirugikan dari informasi iklan dari pelaku usaha serta proses ganti rugi yang belum jelas, belum dibahas secara detail.

Upaya hukum yang merupakan perlindungan hukum secara represif dan keadilan hukum untuk konsumen perumahan dalam penyelesaian sengketa konsumen perumahan belum maksimal karena dalam proses dan posisi BPSK masih memiliki sejumlah kelemahan dan kekurangan selama ini dan penyelesaian sengketa masih bergantung kepada itikad baik para pihak untuk penyelesaian sengketa konsumen tidak mempunyai kekuatan eksekutorial. Penyelesaian sengketa yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri tidaklah konsisten apakah merupakan wewenang dari BPSK atau pengadilan, sehingga mengakibatkan ketidakpastian hukum bagi konsumen sehingga perlu direposisi dan dibenahi prosesnya.

DAFTAR PUSTAKA

- angraeni, A. (2019). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Perumahan Terhadap Informasi Yang Tidak Sesuai Dalam Brosur Oleh Pengembang Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Juncto Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan Dan Kawasan Permukiman*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Arifin, J. (2019). Perlindungan Konsumen Atas Wanprestasi Developer Terhadap Bangunan Kpr Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Yustitia*, 5(2), 226–241.
- Arto, A. M. (2017). Teori dan Seni Menyelesaikan Perkara di Pengadilan. *Cet. I*.
- Bunga, M. (2021). Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Gorontalo Law Review*, 4(2), 331–347.
- DM, H. A. (2016). Implementasi Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Sengketa Jual-Beli Rumah di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Yogyakarta. *Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta*.
- Hutahaean, S. P., Hasnati, H., & Dm, M. Y. (2022). Tanggung Jawab Hukum Pengembang Terhadap Perumahan Yang Mengalami Banjir Di Kota Pekanbaru Berdasarkan Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Proceeding Iain Batusangkar*, 1(1), 585–591.
- Johnson, J., Husainy, H., & Maisa, M. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Produk Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Apa Yang Di Iklankan Di Media Sosial Facebook Oleh Pelaku Usaha. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 2(1).
- Lahilote, H. S. (2016). Tanggung Jawab Developer Pada Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB)

Tanggung Jawab Hukum Terhadap Konsumen Pada Iklan Pengembang Perumahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- Perumahan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 7(1).
- Moertiono, R. J. (2020). Perbuatan Melawan Hukum Dalam Perjanjian Multi Level Marketing Barang-Barang Makanan, Minuman Kesehatan Dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Ditinjau Dari Uu Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 2(2), 100–119.
- Moniaga, R., Tambajong, H. B., & Lumowa, V. (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Perumahan Terhadap Promosi Developer Dalam Bentuk Iklan Pada Transaksi Jual Beli Secara Kredit*. Universitas Katolik De La Salle.
- Nasution, A. (2002). Hukum perlindungan konsumen. *Jakarta: Diadit Media*.
- Paju, P. (2016). Jaminan Sertifikat Produk Halal Sebagai Salah Satu Perlindungan Terhadap Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Lex Crimen*, 5(5).
- Pattipeiluhu, I. B., Rumkel, N., & Suwarti, S. (2021). Kajian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terkait Promosi Iklan Perumahan di Kota Ternate. *Khairun Law Review*, 1(1).
- Putri, A. A., & Humaira, H. (2021). Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Properti Yang Belum Dibangun Oleh Developer Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, 5(2), 291–300.
- Sakti, R. I. P. (2021). *Perlindungan Konsumen terhadap Iklan Rumah yang Menyesatkan Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Putusan Nomor 203/Pdt/2019/Pt Mdn)*. Universitas Sumatera Utara.
- Shafira, R., & Saly, J. N. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Rumah Umum Dari Perbuatan Wanprestasi Oleh Developer/Pengembang Sesuai Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Adigama*, 2(1), 913–937.
- Supriatiningsih, E. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Hak Konsumen Dalam Industri Perumahan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum De'rechtsstaat*, 2(2), 141–156.
- Umum, K. P. (2016). *Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Nomor 28. PRT/M/2016 Tentang Pedoman Analisis Harga Satuan Pekerjaan Bidang Pekerjaan*.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 45 Ayat 1.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Refund* dari sisi konsumen, Pasal 4 huruf h.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Refund* dari sisi pelaku usaha, Pasal 7 huruf g.
- Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 17 ayat (1).
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Refund* dari sisi pelaku usaha, Pasal 19 ayat (2).
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 41 ayat 3 Kepmendag No.350/2001.

Tanggung Jawab Hukum Terhadap Konsumen Pada Iklan Pengembang Perumahan Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2011 Pasal 147 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Bab IV Pasal 36. Widiarti, W. S. R. I. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Merek Dagang. *Yure Humano*, 3(1), 64–78.

Yasa, I. G. M. O. S., Sudiatmaka, I. K., & Ardhya, S. N. (2021). Peran Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Terkait Kerugian Konsumen Ditinjau Berdasarkan Pasal 8 Huruf F Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Kerugian Konsumen Terhadap Pembelian Rumah Subsidi Di Wilayah Kabupaten Tabanan). *Jurnal Komunitas Yustisia*, 4(2), 322–333.



This Work is Licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License