

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Perumahan Terhadap Promosi Yang Tidak Sesuai Dengan Yang Diperjanjikan Sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Oleh :Nini Saputri

Pembimbing I : Dr. Hayatul Ismi, S.H., M.,H

Pembimbing II :Riska Fitriani, S.H., M.H

Alamat: Jalan Diponegoro Ujung,Gobah,Pekanbaru- Riau

Email :ninisaputri03061995@gmail.com

ABSTRACT

Consumer protection is any effort that ensures the legal certainty to provide protection to the consumer. One of the ideals of the struggle of the Indonesian nation is the realization of a just and prosperous society based on Pancasila and the 1945 Constitution in line with national development objectives is to realize the welfare of the birth and the inner for all the people of Indonesia in a fair and equitable. One of the basic elements of people's welfare is the fulfillment of housing needs, which is a basic necessity for every Indonesian citizen and his family, in accordance with his dignity and human dignity. To meet the needs of good and livable housing, people buy homes through developers (developers) housing. Various offers are made by the developer to promote and market their products. In general, residential marketing is done by means of advertising means or brochures as a means of communicating products created and / or marketed by the developer to introduce or disseminate information from the product that the developer has created. The advertisement through the brochure, as well as to attract consumers to buy products in the trade, in this case is housing.namun still many developers are cheating in offering products through brochures not in accordance with the truth, this is clearly violate the Consumer Protection Act namely Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and violated Article 134 of Law No. 1 of 2011 on Housing and Settlement Area. The purpose of this thesis writing so that Consumers are more careful and thorough in buying housing that will in hini, as well as warning for housing developers who have violated the rights of consumers. This type of research can be classified in sociological research, because in this study the authors directly conduct research on the location or place in the meticulous to provide a complete and clear picture of the problem under study. This research was conducted on Tuah Tualang housing of siak district, while for population and sample are all parties related to the problem studied in this research,

From the results of this study it can be concluded that there are still many cases in the Consumer Protection Law which in this case the most disadvantaged consumers, especially on consumer protection concerning housing whose bidding system is made by the developer through brochures or advertisements that in fact are not in accordance with the contents which is in the brochure.

Suggestions are expected to consumers to be more careful in buying a house on the developers because of the rampant housing cases that occur,

Keywords: wanprestasi - consumer protection - housing

BAB I PENDAHULUAN

A.LATAR BELAKANG

Perlindungan hukum bagi konsumen perumahan terhadap promosi yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dalam Pasal 134 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial, mempunyai berbagai macam kebutuhan hidup yaitu kebutuhan pokok (primer) maupun kebutuhan tambahan (sekunder). Papan (rumah) merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia selain kebutuhan pangan(makanan) dankebutuhan sandang(pakaian). Manusia memandang kebutuhan akan rumah merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus dipenuhi sebaik-baiknya Tidak jarang timbul anggapan dari sebagian masyarakat meskipun dalam bentuk yang sederhana, suatu kehidupan terasa belum lengkap jika belum memiliki rumah sendiri.Hal ini di karenakan rumah mempunyai fungsi yang sangat penting bagi manusiayaitu sebagai tempat tinggal, tempat membina keluarga dan sebagai tempat untuk melindungi keluarga. Selain fungsi-fungsi tersebut, alasan orang membeli rumah adalah untuk investasi dan secara sosial rumah

juga berfungsi sebagai simbol status sosial dalam masyarakat.¹

Untuk memenuhi kebutuhan perumahan yang baik dan layak huni, masyarakat membeli rumah melalui pengembang(*developer*) perumahan. Berbagai penawaran dilakukan oleh pengembang untuk mempromosikan dan memasarkan produk-produknya.Pada umumnya, pemasaran perumahan dilakukan dengan menggunakan sarana iklan atau brosur sebagai sarana mengkomunikasikan produk-produk yang dibuat dan/atau di pasarkan oleh pengembang untuk mengenalkan atau menyebarluaskan informasi dari produk yang telah dibuat pengembang.Iklan melalui brosur tersebut, juga untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang di perdagangan, dalam hal ini adalah perumahan.

Alasan masyarakat membeli perumahan dari pengembang adalah masyarakat dapat memperoleh perumahan secara lebih cepat, lebih terjangkau, tidak repot, dapat memilih bangunan sesuai dengan keinginan, dan mendapatkan fasilitas umum maupun fasilitas sosial.²Namun, kepercayaan masyarakat seringkali disalahgunakan oleh pengembang.

¹ Dolfi sandag, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pengembang Perumahan Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011*”*jurnallex et societatis*,vol. III, Edisi khusus, No 2Maret 2015, hlm 104.

² I gusti Ayu Indra Dewi Dyah Ayu Pradnya Paramita, Desak Putu Dewi Kasih,”*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Iklan Yang Menyesatkan Ditinjau Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen DanKode Etik Periklanan Indonesia*”,*Jurnal Ilmu Hukum,Bagian Hukum Bisnis* Fakultas Hukum Universitas Udayana,Vol III No. 2 Maret 2015.

Berdasarkan data yayasan lembaga konsumen Indonesia atau YLKI selama tahun 2014, dari total pengaduan sebanyak 1,192 aduan terdapat 157 aduan di sektor perumahan, jumlah pengaduan ini menempatkan sektor perumahan ditempat kedua tertinggi setelah pengaduan sektor perbankan. Angka pengaduan ini naik 12,7 persen dari tahun sebelumnya yang hanya 121 aduan. Sehubungan dengan ini dapat diketahui bahwa tidak jarang pelaku usaha dalam melakukan strategi untuk mengembangkan bisnisnya ini seringkali menimbulkan kerugian bagi konsumen.³

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana aspek hukum perlindungan konsumen dalam bidang perumahan dan pemukiman atas promosi atau iklan yang diperjanjikan?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap konsumen perumahan dan pemukiman atas promosi iklan yang tidak sesuai dengan yang di perjanjikan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui aspek hukum perlindungan konsumen dalam bidang perumahan dan pemukiman atas promosi atau iklan yang di janjikan.
2. Untuk mengetahui upaya perlindungan hukum terhadap konsumen perumahan dan pemukiman atas promosi atau iklan yang di janjikan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum
 - b. Guna mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan perlindungan hukum terhadap konsumen, khususnya mengenai perlindungan konsumen dalam bidang perumahan dan pemukiman atas promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan yang di perjanjikan.
 - c. Hasil penulisan ini akan bermanfaat pada pengembangan hukum perlindungan konsumen dan hukum perumahan.
 - d. Hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai *teaching materials* pada mata kuliah hukum perlindungan konsumen dan hukum perumahan.
 - e. Hasil penulisan ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penulisan dan penelitian lainnya yang sejenis.
2. Manfaat praktis
 - a. Agar masyarakat mengetahui perlindungan terhadap konsumen di bidang perumahan dan pemukiman atas promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan yang di perjanjikan.
 - b. Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang bagaimana upaya perlindungan konsumen terhadap perumahan dan pemukiman atas promosi

³ Wisnu Kurniawan dan Ellice Tanfilia, "Pertanggungjawaban Hukum Developer Terhadap Pembangunan Yang Tidak Sesuai Brosur Penawaran", *Jurnal Of Judicial Review*, Vol. .XIII, No.1 Juni 2016, hlm.60.

atau iklan yang tidak sesuai dengan yang di perjanjikan.

E. Kerangka Teori

1. Teori Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen secara umum dan mendasar hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan kesinambungan.⁴

Informasi iklan yang benar dan bertanggung jawab dapat membantu konsumen menetapkan pilihan yang tepat, artinya sesuai kebutuhan dan kemampuannya.

Cara pemasaran yang wajar akan mendukung putusan pilihan konsumen yang menguntungkan. Mayoritas konsumen di Indonesia masih terlalu rentan dalam menjawab informasi barang dan atau jasa yang tidak sehat

karena itu sangat beresiko kiranya apabila tidak di adakan pengawasan yang memadai dan konsumen dibiarkan menimbang-nimbang serta memutuskan sendiri iklan apa yang pantas untuk dipercaya.

Posisi yang tidak berimbang antara produsen dan konsumen akan mudah untuk disalah gunakan(*matchpositie*) oleh pihak yang lebih kuat. Sama halnya dengan masalah yang dibahas adalah mengenai promosi atau iklan perumahan

yang tidak sesuai dengan yang di iklankan salah satunya mengenai fasilitas, yakni tersedianya listrik 1300 watt, namun pada kenyataannya telah 1 bulan berjalan sesudah akad kredit fasilitas tersebut belum juga tersedia. Hal tersebut jelas melanggar ketentuan Pasal 4 UUPK yang di dalamnya tercantum pada Pasal 4 huruf (c) yakni hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa. Pihak yang diugikan pada masalah tersebut jelas konsumen, semua kewajiban dan secara administrasi sudah dipenuhi oleh konsumen namun pihak pelaku usaha disini tidak memenuhi hak-hak konsumen tersebut.

Promosi yang menayangkan iklan produk baik tulisan, gambar dan lain-lain, sangat berpengaruh terhadap ekonomi konsumen dan pelaku usaha, iklan tersebut berbentuk penawaran untuk penjualan atau distribusi layanan dan property apapun, bereujud atau tidak berwujud nyata, pribadi maupun campuran atau barang secara langsung atau tidak langsung.⁵

2. Teori Perjanjian

Pengertian perjanjian sebagaimana terdapat dalam Pasal 1313 KUHperdata menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan satu orang atau lebih

⁴<https://Lawmetha.Wordpress.com/Hukum-Konsumen-Dan-Hukum-Perlindungan-Konsumen>, diakses tanggal 22 maret 2017.

⁵Jhon F Bone, *Financial Solution, Inc Llionois Corporation: American Benefit Club, Inc Llionois Is Corporation, Rockwell Holding, Inc An Llionois Corporation, Individually And As, An Officer Of Rockwell Holding, Inc, Defendants*. Westlaw Journal, November 19.

mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Pendapat lain dikemukakan oleh Purwahid Patri yang menyatakan bahwa perjanjian adalah perbuatan yang terjadi sesuai dengan formalitas –formalitas dari peraturan hukum yang ada tergantung dari persesuaian kehendak dua atau lebih orang-orang yang ditujukan untuk timbulnya akibat hukum dari kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan masing-masing pihak secara timbal balik

Roscoe Pound, mengatakan suatu kesepakatan mengikat karena memang merupakan keinginan para pihak yang menginginkan kesepakatan itu mengikat. Para pihak sendirilah yang pada intinya menyatakan kehendaknya untuk mengikatkan diri. Kata sepakat antara subjek terjadi secara disadari antara yang satu dengan yang lain, dan diantaranya saling mengikatkan diri sehingga subjek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga dengan subjek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati para pihak.

Dalam teori kesepakatan, kata sepakat, merupakan hal yang paling penting. George W. Paton, menyebut, kehendak yang “senyatanya” bukan kehendak yang “dipernyatakan” sebagaimana disebutkan, “*a secret mental reservation should be a bar to enforcement since the test is the real will and not the will as declared*”. Kehendak tersebut harus diberitahukan

pada pihak lain, tidak menjadi soal apakah disampaikan secara lisan maupun tertulis, bahkan dengan bahasa isyarat sekalipun atau dengan cara membisu sekalipun tetap dapat terjadi perjanjian asal ada kata sepakat.⁶

Hal ini berarti kata sepakat tidak hanya “kesesuaian” kehendak antar para pihak yang berjanji saja, tetapi juga menyangkut kehendak dan pernyataan dari kehendak para pihak itu harus sesuai, atau persesuaian kehendak, dan tidak sekedar persesuaian sehingga tidak timbul cacat kehendak. Konsekuensi adanya kesepakatan untuk mengikatkan diri bahwa semua pihak telah menyetujui materi yang diperjanjikan, tidak ada paksaan atau di bawah tekanan.

Dalam teori kesepakatan melahirkan sebuah asas terpenting yaitu asas kebebasan para pihak untuk menentukan apa saja yang akan disepakati yang dengan pengertian lain disebut dengan asas kebebasan berkontrak, yang berarti para pihak bebas untuk membuat perjanjian dengan bentuk atau format apapun serta isi atau substansinya sesuai dengan yang dikehendaki para pihak

F. Kerangka Konseptual

1. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat

⁶ <http://www.blogspot.com>, Wanprestasi dan Akibat-Akibatnya, Niken Saraswati, 2011 diakses, Tanggal, 22 Maret 2017.

represif, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum. Yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.⁷

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 di perdagangkan.⁸
3. Promosi/iklan adalah suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang di tujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan.⁹
4. Perumahan adalah Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau hunian yang dilengkapi dengan prasarana lingkungan yaitu kelengkapan dasar fisik lingkungan, misalnya penyediaan air minum, pembuangan sampah, tersedianya listrik, telepon, jalan, yang memungkinkan lingkungan pemukiman

berfungsi sebagaimana mestinya.¹⁰

5. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Suatu penelitian ilmiah mutlak menggunakan metode, karena metode itu berarti penyelidikan yang berlangsung menurut suatu rencana tertentu, artinya penelitian tidak bekerja secara acak-acakan melainkan setiap langkah di ambil harus jelas serta ada pembatasan-pembatasan tertentu untuk menghindari jalan yang menyesatkan dan tidak terkendali.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian hukum sosiologis memandang hukum sebagai fenomena sosial, berbeda dengan hukum normatif yang memandang hukum sebagai norma-norma positif perundang-undangan. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan secara jelas dan terperinci mengenai perlindungan hukum bagi konsumen perumahan terhadap promosi yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dalam Pasal 134 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di kecamatan tualang kabupaten siak, di karenakan pada wilayah tersebut juga terdapat banyak

⁷.Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo,*Hukum Perlindungan Konsumen*,PT Raja Grafindo Persada Jakarta:2015

⁸ Ibid.

⁹ Asyhadie Zaeni,*Hukum Bisnis*,Rajawali Pers,Mataram:2014,hlm.54.

¹⁰ Urip Santoso,*Hukum Perumahan*, Prenadamedia group, Jakarta, 2014 hlm. 2.

perusahaan perusahaan yang bergerak pada bidang perumahan.

Data jumlah PT, Perumahan dan Developer yang ada di Kabupaten Siak

Jumlah Perusahaan	Jumlah Perumahan	Jumlah Developer
15 perusahaan	30 perumahan	17 orang developer

Sumber data di dapat dari: Dinas Pekerjaan Umum Kab.Siak.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi atau *universe* adalah keseluruhan unit atau manusia (dapat juga berbentuk gejala, atau peristiwa) yang mempunyai ciri-ciri yang sama, misalnya semua polisi.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah

- 1) pelaku usaha atau *developer* perumahan
- 2) konsumen perumahan

b. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi. dalam suatu penelitian, pada umumnya observasi dilakukan tidak pada populasi, akan tetapi dilaksanakan pada sampel. Untuk lebih jelas mengenai populasi dan sampel dari penelitian ini adalah

Tabel 1.1
Populasi dan Sampel

N O	RESPONDEN	POPULASI	SAMPLE	PERSENTASE
1.	Direktur Perumahan	1	1	100%
2.	Developer Perumahan	4	4	100%
3.	Konsumen	30	15	50%
4.	Jumlah	35	20	-

Sumber Data: Data Primer Olahan Bulan Februari Sampai Bulan Juli 2017 Di Peroleh Langsung Dari Salah Satu Developer Perumahan Tualang

4) Sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan jenis-jenis data, untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang di peroleh melalui studi lapangan, sumber data terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang di peroleh dari

dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi dan peraturan perundang-undangan. Data sekunder tersebut dapat dibagi menjadi:

1) Bahan hukum primer

Bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan objek penelitian.

Peraturan perundang-undangan yang dipakai dalam penelitian antara lain:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- b. Undang-Undang Nomor 1 Tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman

2) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah buku-buku dan tulisan ilmiah hukum yang terkait dengan objek penelitian ini.

3) Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah petunjuk atau penjelasan mengenai bahan hukum primer atau bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus,

ensiklopedia, majalah, surat kabar dan sebagainya.

5) Teknik Pengumpulan Data

- a. Kuisisioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan secara kombinasi kepada responden atau sampel
- b. Wawancara adalah suatu cara mencari data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung atau lisan kepada subyek penelitian secara terstruktur.
- c. Studi kepustakaan yaitu suatu cara memperoleh data dengan mengaji perundang-undangan, buku-buku literature, arsip laporan yang berkaitan dengan objek penelitian.

6) Analisis Data

dalam penelitian hukum, analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif yaitu data tidak dengan menggunakan statistik atau matematika ataupun yang sejenisnya, namun cukup dengan menguraikan secara deskriptif atau data yang telah di peroleh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Bidang Perumahan dan Pemukiman Atas Promosi Atau Iklan yang Diperjanjikan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Tentang perumahan dan pemukiman. Perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik perkotaan maupun pedesaan, yang

dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan utilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni.¹¹

Negara bertanggung jawab untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan memajukan kesejahteraan umum melalui penyelenggaraan pembangunan perumahan agar masyarakat mampu bertempat tinggal dan menghuni rumah yang layak dan terjangkau dalam lingkungan yang sehat, aman, harmonis, dan berkelanjutan di seluruh wilayah Republik Indonesia.

Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini adanya hak-hak konsumen yang tidak terpenuhi yakni sesuai perjanjian jual beli yang seharusnya setelah akad kredit fasilitas listrik akan tersedia, namun pada kenyataannya pihak pengembang tidak memenuhi hak konsumen tersebut. Dari keterangan salah satu konsumen yakni bapak irfan setiawan mengatakan benar bahwasanya pihak pengembang tidak memenuhi hak konsumen setelah diadakannya akad kredit, yakni tidak tersedianya fasilitas listrik 1300Watt.

Berdasarkan hasil Wawancara dengan Bapak irfan setiawan selaku salah satu Konsumen Perumahan Tuah Tualang, mengatakan bahwasanya terhitung hingga hari ini telah 6 bulan setelah dilakukannya akad kredit prasarana Listrik belum juga dipenuhi oleh pihak pengembang.¹² Pada permasalahan

ini jelas hak-hak konsumen tidak terpenuhi oleh pihak pengembang, ini juga merupakan pelanggaran hak-hak konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hadi yang juga selaku pihak konsumen perumahan TT, Bapak Hadi juga membenarkan bahwasanya setelah 6 bulan berjalan setelah akad kredit prasarana Listrik belum juga tersedia, akibatnya pihak konsumen merasa sangat dirugikan, sebab pihak konsumen sangat berharap dapat sesegera mungkin menempati perumahan tersebut, seandainya bulan ini mereka telah menempati rumah tersebut maka tidak ada pengeluaran untuk pembayaran kontrakan rumah yang saat ini mereka tempati, karena secara pribadi Bapak Hadi saat ini menempati rumah kontrakan, jika perumahan TT tidak bermasalah pada ketersediaan listrik otomatis Bapak Hadi tidak dirugikan, sebab harus membayar uang kontrakan pada bulan ini.¹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibuk Yana yang juga merupakan Konsumen Perumahan TT, beliau juga menyayangkan keterlambatan tersedianya listrik tersebut, apalagi ibuk yana pribadi baru berumah tangga dan berharap langsung dapat menempati perumahan tersebut jelasnya, ketika diberi pertanyaan mengapa para konsumen tidak mempertahankan hak nya ke

¹¹Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Pemukiman.

¹²Wawancara dengan Bapak Irfan Setiawan, salah satu Konsumen pada Perumahan Tuah

Tualang, Hari Kamis, Tanggal 21 September, 2017, Bertempat di Perawang.

¹³Wawancara dengan Bapak Hadi, salah satu konsumen pada perumahan Tuah Tualang, Hari Kamis, Tanggal 22 Maret, 2018, Bertempat di Perawang.

ranah Hukum? Beliau juga mengatakan Konsumen rata-rata dari kalangan Ekonomi menengah kebawah jadi banyak yang awam mengenai Peraturan-Peraturan Tentang hak-hak Konsumen Perumahan terangnya.¹⁴

B.Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Perumahan dan Pemukiman Atas Promosi Iklan Yang Tidak Sesuai Dengan yang Di Perjanjikan

Dalam Pasal 5 UUPK terdapat aturan mengenai hak-hak Konsumen yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana salah satu hak tersebut adalah hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan Konsumen secara patut jika pelaku usaha melakukan pelanggaran. Dengan demikian, Konsumen Perumahan Buah Tualang dapat mengajukan upaya Hukum atas pelanggaran yang telah dilakukan oleh pengembang PT Buah Rantau Bumi Melayu atas informasi yang menyesatkan dari brosur pemasaran Perumahan Buah Tualang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala Badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) kasus- kasus perumahan seperti ini memang banyak sekali terjadi, dan pihak BPSK memang banyak menerima pengaduan dari konsumen-konsumen perumahan yang pihak pengembang nya tidak bertanggung jawab, bahkan ada dana dari konsumen di lirikan oleh pengurus, namun pada kasus yang

penulis sebutkan tersebut pihak BPSK belum menerima pengaduan dari konsumen perumahan TT tersebut, penulis juga mengatakan bahwasanya pihak pengembang atau developer tidak lepas tangan begitu saja dan menjanjikan akan segera memenuhi prasarana listrik pada perumahan TT, pihak BPSK pun menyarankan jika memang pihak pengembang masih belum lepas tangan dan meyakinkan akan segera tersedianya prasarana listrik, sebisa mungkin permasalahan ini di bicarakan secara kekeluargaan, karena memang tujuan utama penyelesaian kasus di lembaga ini adalah perdamaian antara konsumen dengan pelaku usaha terangnya.¹⁵

Sejauh ini upaya perlindungan hukum yang di lakukan oleh konsumen masih pada tahap meminta pertanggung jawaban dari pihak pengembang, namun jawaban dari pihak pengembang hanya meminta untuk bersabar dan tidak adanya kepastian kapan akan tersedianya prasarana listrik tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala BPSK pekanbaru Bapak H Azrial, upaya yang seharusnya pihak konsumen lakukan jika merasa dirugikan maka konsumen sebaiknya mengajukan surat permohonan kepada Kepala BPSK

Dengan memberikan informasi yang tidak benar dan tidak jujur kepada konsumen perumahan Griya Kurnia Indah, maka pengembang PT Putra Pratama dalam menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan perumahan Griya

¹⁴Wawancara Dengan Ibu Yana, Salah Satu Pihak Konsumen Pada Perumahan Buah Tualang, Hari Jumat, Tanggal 23 Maret, 2018, Bertempat Di Perawang.

¹⁵Wawancara Dengan Bapak H Azrial, Kepala Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pekanbaru, Hari Selasa, Tanggal 6 Maret 2018, Bertempat Di Kantor Bpsk Pekanbaru.

Kurnia Indah telah melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen(UUPK) yaitu Pasal 7 huruf b dan d jo Pasal 9 jo Pasal 10 huruf c jo Pasal 17 ayat (1) huruf a dan c UUPK.

Upaya perlindungan hukum yang di tempuh oleh perumahan Griya Kurnia Indah adalah melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Konsumen perumahan Griya Kurnia Indah dapat memperoleh kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian dari pengembang PT Putra Pratama. Melalui BPSK pula, konsumen perumahan Griya Kurnia Indah memperoleh jaminan agar tidak akan terulang kembali kerugian yang di derita oleh konsumen akibat informasi yang menyesatkan dari pihak pengembang PT Putra Pratama. Ukuran kerugian materi yang dialami konsumen ini didasarkan pada besarnya dampak dari penggunaan produk barang/jasa tersebut terhadap konsumen. Bentuk jaminan yang dimaksud adalah berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan Konsumen perumahan tentang promosi atau iklan yang tidak jujur sudah banyak di atur didalam Undang-Undang perlindungan Konsumen, namun sampai saat ini masih banyak pengembang yang tidak jujur dengan kondisi bangunan serta fasilitas yang disediakan pengembang lewat brosur atau iklan perumahan, dikarenakan pihak pengembang yang hanya memikirkan keuntungan semata tanpa

mempertimbangkan hak-hak konsumen yang harus dipenuhi.dan dari pihak konsumen perumahan walaupun merasa dirugikan namun mereka enggan untuk menindaklanjuti masalah-masalah pengembang yang curang tersebut di karenakan pemahaman konsumen masih awam. Dan seharusnya di adakan pemahaman bagi masyarakat agar lebih cerdas memilih perumahan yang akan ditempati, sebagai konsumen seharusnya memang harus cermat memilih rumah hunian yang akan ditempati.

- 2.Upaya perlindungan konsumen perumahan terhadap promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan telah banyak di atur didalam Undang-Undang, namun pada konsumen perumahan Tuah Tualang enggan mempertahankan hak nya di ranah hukum, dikarenakan konsumen masih awam mengenai peraturan-peraturan yang telah dibuat Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Seharusnya konsumen bisa memanfaatkan lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang ada di kabupaten kota setempat, bahkan pelayanan dari pihak BPSK tidak di pungut biaya ini sangat memudahkan konsumen dalam memperjuangkan hak-hak nya sebagai konsumen.

B. Saran

1. Diharapkan bagi pengembang perumahan agar memberikan informasi yang sejujur-jujurnya terhadap konsumen agar tidak timbul kerugian pada pihak

konsumen, dan bagi konsumen juga diharapkan agar lebih teliti lagi pada saat ingin membeli perumahan, apalagi pada saat hendak melakukan akad kredit, konsumen harus benar-benar tahu kondisi rumah yang akan dibeli tersebut.

2. Kepada konsumen perumahan diharapkan apabila terjadi kesalahan ataupun penipuan kondisi rumah dikarenakan tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan oleh pengembang, sebagai konsumen harus berani memperjuangkan hak-hak nya dan tentu saja segala kewajiban konsumen tidak dikesampingkan, dan sebagai konsumen juga harus cerdas dalam memilih perumahan yang akan dibeli.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Amiruddin dan Zainal Asikin, 2012, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.
- Sidabalok, Janus, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Citra Aditya, Bandung.
- Sofie, Yusuf, 2003, *Perlindungan Konsumen Dan Instrument-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Susanto, Happy, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media Pustaka, Jakarta.

Sudaryatmo, 1999, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Sunggono, Bambang, 2011, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudi, 2011, *Penelitian Hukum Normative Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Waluo, Bambang, 2002, *Penelitian Hukum dalam Praktek Cetakan Ketiga*, Sinar Grafika, Jakarta.

Zabir, Zahirman, 2004, *Jasa Kontruksi Dalam Hukum Bisnis*, Zahirman Zabir dan Associates, UNRI Press, Pekanbaru.

B. Jurnal/skripsi

Michael C Rogers, Food and Drug Administration (F.D.A), *Journal Westlaw*, 7 Maret 2005.

C. Peraturan Perundang-Undangan

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

D. Website

Bisdan-sigalingging.blogspot.co.id,
diakses tanggal 21 maret 2017

<http://blogspot.com>, diakses tanggal
21 maret 201

<http://blogspot.com>
wanprestasidanakibat-
akibatnya,nikensaraswati2011
diakses, tanggal 22 maret 2017