

TESIS

**TANGGUNG JAWAB PEMBANGUN PERUMAHAN
(DEVELOPER) TERHADAP KONSUMEN ATAS JANJI-JANJI YANG
TERCANTUM DALAM BROSUR IKLAN**

***RESPONSIBILITY OF DEVELOPERS TOWARDS CONSUMERS FOR
PROMISES IN ADVERTISING BROCHURES.***



Oleh:

ANDI IRMAYANTI PATTA

B012181021

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

HALAMAN JUDUL

**TANGGUNG JAWAB PEMBANGUN PERUMAHAN (DEVELOPER)
TERHADAP KONSUMEN ATAS JANJI-JANJI YANG TERCANTUM
DALAM BROSUR IKLAN**

***RESPONSIBILITY OF DEVELOPERS TOWARDS CONSUMERS FOR
PROMISES IN ADVERTISING BROCHURES***

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister
Pada Program Studi Magister Ilmu Hukum**

Disusun dan diajukan oleh:

ANDI IRMAYANTI PATTA

NIM. B012181021

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2022

TESIS

TANGGUNG JAWAB PEMBANGUN PERUMAHAN (DEVELOPER) TERHADAP KONSUMEN ATAS JANJI-JANJI YANG TERCANTUM DALAM BROSUR IKLAN

Disusun dan diajukan oleh:

ANDI IRMAYANTI PATTA
B012181021

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin pada tanggal 18 Agustus 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Dr. Sabir Alwy, SH., M.S
NIP. 19590105 199103 1 001

Pembimbing Pendamping,



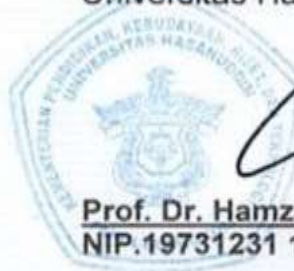
Dr. Oky Deviany, SH., M.H.
NIP. 19650906 199002 2 001

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Hukum,



Dr. Hasbir Paserangi, S.H., M.H.
NIP. 19700708 199412 1 001

Dekan Fakultas Hukum
Universitas Hasanuddin,



Prof. Dr. Hamzah Halim, SH., M.H.M.A.P.
NIP. 19731231 199903 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Nama : Andi Irmayanti Patta
NIM : B012181021
Program Studi : Magister Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penulisan tesis yang berjudul **Tanggung Jawab Pembangun Perumahan (Developer) Terhadap Konsumen Atas Janji-Janji Yang Tercantum Dalam Brosur Iklan** adalah benar-benar karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain dan hal yang bukan karya saya dalam penulisan tesis ini diberi tanda *Citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi tesis ini hasil karya orang lain atau dikutip tanpa menyebut sumbernya, maka saya bersedia diberi sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 dan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Makassar, 18 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



ANDI IRMAYANTI PATT

NIM. B012181021

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat dan salam dilimpahkan kepada Rasul-Nya Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“Tanggung Jawab Pembangun Perumahan (Developer) Terhadap Konsumen Atas Janji-janji yang tercantum dalam brosur iklan”**.

Tesis ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 2 guna meraih gelar Magister di Universitas Hasanuddin Makassar. Melalui tulisan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc., selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Prof. drg. Muhammad Ruslin, M.Kes.,PhD., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Prof. Subehan, S.Si, M.PharmSc., Ph.D Apt., selaku Wakil Rektor Bidang Perencanaan, Pengembangan, dan Keuangan, Prof. Dr. Farida Patitingi, S.H.,M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Sumber Daya Manusia, Alumni, dan Sistem Informasi, serta Prof. Dr Eng Ir Adi Maulana, S.T.,Mphil.
3. Prof. Dr. Hamzah Halim, S.H.,M.H.,M.A.P selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.

4. Dr. Hasbir Paserangi, S.H.,M.H., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.
5. Dr. Sabir Alwy, S.H.,M.S., selaku pembimbing utama dan Dr.Oky Deviany, S.H.,M.H., selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan kepada penulis hingga terselesaikannya tesis ini.
6. Prof. Dr. Anwar Borahima, S.H., M.H., Prof. Dr. Muhammad Ashri, S.H.,M.H., dan Dr. Hasbir Paserangi, S.H.,M.H., selaku penguji yang telah memeriksa dan memberi saran dalam penyusunan tesis ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen tim pengajar Program Studi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis sehingga menambah pengetahuan ilmu hukum penulis.
8. Seluruh staf dan karyawan akademik Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah membantu dalam kelancaran proses perkuliahan dan penyelesaian studi penulis.
9. Emmy Wijaya selaku Direktur PT. Sumber Sentuhan Emas yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian pada perusahaannya.
- 10.Orangtua yang penulis cintai, almarhum Bapak Patta Jalling dan almarhumah ibu Hajmah Dg. Memang yang semasa hidupnya telah memberikan kasih sayang dan mendoakan penulis.

11. Saudara penulis Andi Muh.Nur Takbir Patta yang senantiasa memberikan semangat dan doa.
12. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan bantuan moril dan materil.
13. Seluruh rekan-rekan angkatan 2018 Program Magister ilmu Hukum.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dan mendukung sehingga tesis ini dapat terselesaikan

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tesis ini masih terdapat kekurangan, maka penulis mohon saran dan kritik yang bersifat membangun guna penyempurnaan tesis. Akhir kata, penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi orang banyak.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb

Makassar, 18 Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

ANDI IRMAYANTI PATTA, Tanggung Jawab Pembangun Perumahan (Developer) Terhadap Konsumen Atas Janji-janji Yang Tercantum Dalam Brosur iklan. (Dibimbing oleh Sabir Alwy dan Oky Deviany)

Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan mengikat janji yang tercantum dalam brosur iklan; 2) untuk mengetahui dan menganalisis tanggung jawab pembangun perumahan atas janji dalam brosur iklan.

Penelitian ini adalah penelitian normatif dengan pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*) dan studi kasus (*case approach*). Bahan hukum penelitian terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersebut dikumpulkan melalui studi pustaka (*library research*), kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menerangkan bahwa: 1) Janji yang tercantum dalam brosur iklan perumahan memiliki kekuatan mengikat sebagai bentuk penawaran dan atas dasar asas itikad baik pada tahap prakontraktual serta ketentuan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; 2) Developer bertanggung jawab atas janji yang tercantum dalam brosur iklan perumahan dengan menerapkan asas itikad baik untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai perumahan yang ditawarkan, serta bertanggung jawab atas iklan produk perumahan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Tanggung jawab, Developer, Brosur Perumahan

ABSTRACT

ANDI IRMAYANTI PATTA, Responsibilities of Developers To Consumers for Promises Included in Advertising Brochures. (Supervised by Sabir Alwy and Oky Deviany).

This study aims are : 1) to analyze the strength of the promise contained in the advertising brochure; 2) to know and analyze the responsibility of developer for the promises in advertising brochures.

The research is normative legal research which applied some approaches as such as statute and a case approach. The legal materials are qualified as primary and secondary legal materials. The legal materials were collected through library research, then analyzed descriptively and qualitatively.

The results of the study: 1) The promise contained in the housing advertisement brochure has binding power as a form of offer and is based on the good faith principle at the pre-contractual stage and the provisions of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and; 2) The developer is responsible for the promises contained in the housing advertisement brochure by applying the principle of good faith to provide correct, clear and honest information about the housing offered, and is responsible for advertising housing products that cause harm to consumers based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection..

Keywords: Responsibility, Developer, Housing Brochure

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Orisinalitas Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Tinjauan Umum Tentang Perumahan.....	12
1. Pengertian Perumahan.....	12
2. Unsur-unsur Perumahan.....	13
3. Asas Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman	14
4. Pengertian Pembangun Perumahan atau Developer ...	17
5. Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman.....	19
B. Tinjauan Umum Tentang Iklan.....	21
1. Pengertian Iklan.....	21

2. Jenis-Jenis Iklan	22
3. Tujuan dan Makna Iklan.....	26
4. Pihak-pihak yang Terlibat Dalam Iklan.....	28
5. Klasifikasi Iklan Yang Merugikan	30
6. Kode Etik Periklanan.....	31
C. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian	35
1. Istilah dan Pengertian Perjanjian	35
2. Syarat Sahnya Perjanjian	36
3. Unsur-unsur Perjanjian	44
4. Asas-asas Dalam Perjanjian	45
5. Macam-macam Perjanjian	50
6. Tahap-tahap Perjanjian.....	52
7. Wanprestasi dalam Perjanjian	53
D. Landasan Teori.....	61
1. Teori Terjadinya Perjanjian	61
2. Teori Tanggung Jawab Hukum	66
E. Kerangka Pikir	70
F. Definisi Operasional.....	72
BAB III METODE PENELITIAN	74
A. Tipe Penelitian	74
B. Pendekatan Penelitian	74
C. Sumber Bahan Hukum	74
D. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	75
E. Analisis Bahan Hukum.....	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	77
A. Kekuatan Mengikat Janji yang tercantum dalam Brosur Iklan Perumahan	77
B. Tanggung Jawab Pembangun Perumahan Terhadap Janji yang Tercantum dalam Brosur Iklan	100

BAB V	Kesimpulan.....	116
	A. Kesimpulan.....	116
	B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....		117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertambahan penduduk yang makin pesat, tuntutan akan tersedianya berbagai fasilitas yang mendukung kehidupan masyarakat juga mengalami peningkatan. Hal tersebut mendorong pihak pemerintah maupun swasta untuk melaksanakan pembangunan, terutama di bidang perumahan.

Perumahan merupakan kebutuhan pokok selain sandang dan pangan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan akan perumahan yang meningkat bersamaan dengan pertambahan penduduk diperlukan penanganan dengan perencanaan yang saksama disertai keikutsertaan dana dan daya yang ada dalam masyarakat. Kebutuhan akan rumah sebagai tempat tinggal atau hunian, baik di perkotaan maupun pedesaan terus meningkat seiring dengan bertambahnya penduduk.¹ Perumahan telah menjadi sarana manusia guna melakukan berbagai aktivitas hidup dan sarana untuk memberikan perlindungan utama terhadap adanya berbagai gangguan eksternal baik terhadap kondisi iklim maupun terhadap gangguan lainnya.

Bagi sebagian besar rakyat Indonesia, kebutuhan rumah masih sulit untuk diperoleh walaupun menjadi salah satu kebutuhan dasar. Tidak semua masyarakat bisa dengan mudah membangun rumah untuk tempat

¹ Urip Santoso. 2014. *Hukum Perumahan*. Jakarta: Prenadamedia Group. hal. 2.

tinggalnya. Diperlukan banyak hal sehingga rumah itu dapat dibangun untuk kemudian ditempati, seperti masalah kesesuaian kemampuan keuangan, ketersediaan tanah, struktur bangunan, keahlian dalam pembangunan, dan perizinan pendirian bangunan dalam melaksanakan pembangunan perumahan rakyat. Kegiatan pembangunan perumahan itu sendiri dapat dilaksanakan oleh pemerintah, pihak swasta yang bergerak di bidang pembangunan perumahan, maupun per-orangan secara mandiri. Pihak swasta yang bergerak dalam bidang usaha membangun dan menjual perumahan biasa disebut sebagai “pengembang” atau *developer*.² Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 tahun 2011 Tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman (UU No.1/2011) bahwa pengembang perumahan masuk dalam kategori penyelenggara atau pengembang pembangunan perumahan dan pemukiman yang penyelenggaraan rumah dan perumahan dilaksanakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah dan/atau setiap orang untuk menjamin hak setiap warga Negara untuk menempati, menikmati, dan/atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur.

Developer berperan penting sebagai pelaku usaha perumahan dengan memberikan informasi penting, jelas dan akurat kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan, seperti jenis hak atas tanah, kondisi fisik bangunan, dan harga jual. Salah satu strategi pemasaran *developer* untuk menarik minat konsumen yaitu melalui iklan.

² Sri Soedewi Masjchun Sofwan.1982. *Hukum Bangunan: Perjanjian Pemborongan Bangunan*. Yogyakarta: Liberty. Hal. 103.

Iklan merupakan salah satu alat informasi bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen, agar dapat memengaruhi konsumen untuk menggunakan produknya, begitu pula sebaliknya, konsumen akan memperoleh gambaran tentang produk yang dipasarkan melalui iklan. Dalam hal ini informasi suatu penawaran perumahan dapat dilakukan dalam bentuk seperti ditayangkan melalui media massa, papan reklame, brosur, spanduk, baliho, maupun media elektronik seperti televisi, radio, dan lain-lain. Melalui iklan maka diharapkan informasi yang tercantum di dalamnya dapat tersampaikan dengan baik. Tujuan utama iklan adalah untuk meningkatkan penjualan barang dan/atau jasa yang ditawarkan.³

Informasi yang paling lasim dan diminati oleh konsumen yaitu melalui brosur-brosur perumahan yang diedarkan pada waktu *launching product (grand launching)* melalui pameran perumahan yang diselenggarakan oleh masing-masing developer. Dalam brosur biasanya memuat informasi tentang harga, bentuk dan type rumah, luas tanah dan bangunan, mekanisme pembayaran, *master plan* singkat, spesifikasi teknis dan gambar denah rumah serta penjelasan singkat mengenai fasilitas/sarana dan prasarana yang akan dibangun di lokasi pemukiman tersebut. Penyampaian informasi yang lengkap, benar, jelas dan jujur

³ Shidarta. 2000. *Pengetahuan tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo. Hal. 39.

merupakan salah satu kewajiban pelaku usaha, sebaliknya kewajiban pelaku usaha tersebut merupakan hak konsumen.⁴

Brosur tersebut seharusnya merupakan representasi yang benar terhadap produk yang diperkenalkan dan ditawarkan oleh developer agar tidak merugikan konsumen. Menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, perlunya representasi produk yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi⁵ terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutup-tutupi.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 8 ayat (1) huruf f bahwa Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Selanjutnya pada Pasal 9 ayat (1) huruf k menyatakan bahwa

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo. 2017. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers. hal. 105

⁵ Misrepresentasi merupakan pernyataan tidak benar yang dilakukan oleh suatu pihak untuk membujuk pihak lain masuk dalam suatu perjanjian.

pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Pada tahun 2019 Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat total aduan konsumen secara individu mencapai 563 kasus. Dari jumlah tersebut, sekitar 81 kasus di antaranya atau sekitar 14,4% merupakan pelaporan terkait sektor perumahan.⁶ Menurut Tulus Abadi selaku Ketua Pengurus Harian YLKI, bahwa kasus perumahan di YLKI menempati urutan kedua setelah jasa keuangan dengan sebab antara lain Konsumen terjebak pada promosi pengembang/ developer; Konsumen tidak membaca promosi dan kontrak perjanjian dengan detil; Strategi marketing dengan *preproject selling*; Perizinan belum beres, baru izin lokasi sudah menjual ke konsumen; Pengawasan yang lemah oleh regulator, terkhusus Pemda; dan Jebakan akan klausula baku pada perjanjian standar.⁷

Pada dasarnya merebaknya kasus dalam bidang bisnis perumahan diawali dengan adanya ketidaksesuaian antara apa yang tercantum dalam brosur iklan dengan apa yang termuat dalam perjanjian jual beli rumah. Dan permasalahan tersebut bukanlah suatu hal yang baru terjadi. Hal ini dapat dilihat pada kasus gugatan antara Drs. Janizal dkk

⁶<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200204/47/1197166/ylki-pengaduan-konsumen-properti-pada-2019-masuk-tiga-besar> diakses pada tanggal 2 November 2020 Pukul 09.00.

⁷ <https://bpkn.go.id/posts/show/id/1759> diakses tanggal 2 November 2020 Pukul 09.11.

yang merupakan konsumen Perumahan Taman Narogong Indah menggugat pengembang PT Kentanix Supra Internasional di Pengadilan Negeri Jakarta Timur sebesar Rp 261.120.000,00 (dua ratus enam puluh satu juta seratus dua puluh ribu rupiah) sebagai kompensasi biaya rekreasi akibat tidak dipenuhinya fasilitas pemancingan dan rekreasi di lokasi perumahan, Mahkamah Agung dalam Putusan Nomor 3138 K/Pdt/1994 tanggal 29 April 1997 menolak gugatan penggugat dengan pertimbangan hukum bahwa dari *site plan* yang akan dibangun yang disetujui oleh pemerintah daerah tidak pernah ada rencana pemancingan karena sarana tersebut bukan merupakan fasilitas umum sehingga developer tidak wajib untuk membangunnya.⁸

Kemudian adapun berita keluhan fasilitas yang sudah dijanjikan oleh pengembang tidak sesuai dengan janji dan promosinya yang terjadi pada warga perumahan *The Airport City Residence* Desa Tenrigangkae, Kecamatan Mandai, Kabupaten Maros. Beberapa fasilitas vital yang dimaksud adalah air bersih dari PDAM, jalan perumahan, penerangan jalan, tempat ibadah, dan drainase. Salah satu perwakilan warga yaitu M Sahrul, mengatakan sudah 3 tahun lebih pengembang tidak memasang fasilitas air bersih dari PDAM, jalanan sirtu, drainase, dan tempat ibadah. Menurut Sahrul, PDAM seharusnya sudah terbangun sejak awal, tapi kenyataannya hanya sampai di galery bagian pemasaran, jalan beton yang di janjikan sebagaimana promosi awal yang terdapat dalam brosur

⁸ Suharnoko. 2012. *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta: Kencana. Hal. 7.

pun sampai saat ini masih dalam bentuk tanah sirtu berdebu, drainase pembuangan masih serampangan, dan tempat ibadah masih numpang di salah satu rumah yang terdapat di perumahan ini. Sahrul menyebut, warga sudah pernah menghubungi langsung pihak pengembang atau owner dari PT Mega Mamminasata, tetapi hanya ditanggapi dingin dan saling menunjuk dengan bawahan bagian pelaksana teknis dan pengawas lainnya.⁹

Adapun juga masalah yang terjadi di perumahan *Grand Alauddin* pada tahun 2015 yang mana pengembangnya adalah PT. Sumber Sentuhan Emas (PT. SSE), dalam brosurnya menjanjikan 2 (dua) akses jalan masuk perumahan *Grand Alauddin* yaitu Jl. Sultan Alauddin dan Jl. Sultan Alauddin 2. Namun, akses jalan dari arah Jl. Sultan Alauddin 2 ditutup oleh pemilik lahan tanah yang berada di depan perumahan tersebut disebabkan terjadi sengketa pada lahan tanah tersebut sehingga PT. SSE tidak dapat melaksanakan janji yang ada dalam brosur.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah janji yang tercantum pada brosur iklan perumahan mengikat?
2. Apakah pembangun perumahan (developer) bertanggung jawab atas janji yang tercantum dalam brosur iklan perumahan?

⁹<https://faktapers.id/2019/05/20/gugat-pihak-pengembang-warga-perumahan-the-airport-city-residence-gandeng-kpmp/> diakses 16 Desember 2020

C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dengan jelas dan menganalisis kekuatan mengikat janji-janji yang tercantum dalam brosur iklan perumahan
2. Untuk mengetahui dengan jelas dan menganalisis tanggung jawab pembangun perumahan (developer) terhadap konsumen atas janji-janji sebagaimana yang dimuat dalam brosur iklan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi ilmu pengetahuan hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dimana untuk memperkuat dasar yuridis tentang permasalahan tanggung jawab pembangun perumahan dan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya serta dapat dijadikan *referensi* bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Untuk memberikan informasi kepada masyarakat terutama berkaitan dengan tanggung jawab pembangun perumahan.
- 2) Dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak lain yang setia memerhatikan tentang tanggung jawab pembangun perumahan.

3) Untuk dapat dimanfaatkan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pokok bahasan yang dikaji, dengan disertai pertanggungjawaban secara ilmiah.

E. Orisinalitas Penelitian

Pada penelitian ini dianalisis beberapa karya tulis ilmiah yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini untuk pembuktian orisinalitas penelitian. Berikut ini beberapa penelitian hukum yang membahas terkait dengan penelitian penulis antara lain:

1. Tesis yang ditulis oleh Ahmad Adi Winarto, dengan judul **“Tanggung Jawab Developer Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Bidang Perumahan di Kabupaten Pati”** yang dimuat Program Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2008. Tujuan dalam tesis tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan perjanjian jual beli rumah antara developer dengan konsumen, sebagai upaya perlindungan konsumen dalam bidang perumahan di Kabupaten Pati dan tanggung jawab developer, sebagai upaya perlindungan konsumen dalam bidang perumahan di Kabupaten Pati. Persamaan dalam penulisan tesis ini adalah tanggung jawab developer. Namun perbedaan dalam penulisan tesis ini adalah kekuatan mengikat janji-janji yang tercantum dalam brosur iklan.
2. Artikel yang ditulis oleh Niniek Wahyuni dengan judul **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Melalui Penyelesaian**

Sengketa Akibat Janji Iklan Perumahan” yang dimuat pada Jurnal Transparansi Hukum Volume 1 Nomor 1 Tahun 2018. Dalam artikel ini mengkaji bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen akibat iklan yang menimbulkan kerugian berdasarkan ketentuan pada undang-undang perlindungan konsumen serta upaya penyelesaian sengketanya baik melalui litigasi atau non litigasi. Persamaan dalam penulisan tesis ini adalah substansi tentang janji iklan perumahan. Namun, perbedaan dari penelitian ini adalah peneliti berfokus pada kekuatan mengikat janji-janji yang tercantum dalam brosur iklan.

3. Tesis yang ditulis oleh Abdi Darwis, dengan judul **“Hak Konsumen Untuk Mendapat Perlindungan Hukum Dalam Industri Perumahan di Kota Tangerang”** Program Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2010. Dalam tesis ini disimpulkan bahwa implementasi Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen khususnya mengenai pelaksanaan hak-hak konsumen belum dapat terealisasi secara keseluruhan, utamanya berkaitan dengan perilaku untuk memperjuangkan hak, seperti hak advokasi, hak memperoleh ganti rugi. Hambatan-hambatan implementasi tersebut berhubungan dengan faktor-faktor tidak diketahuinya hak-hak dan kewajiban konsumen tersebut secara rinci. Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen belum berperan sebagaimana yang diharapkan pada

masalah perlindungan konsumen perumahan di wilayah kota Tengerang dan sekitarnya. Persamaan penelitian ini dengan tesis tersebut adalah sama-sama merumuskan tanggungjawab developer. Namun, perbedaan dari penelitian ini adalah peneliti berfokus pada kekuatan mengikat janji-janji yang tercantum dalam brosur iklan.

Demikian penelitian ini dapat dianggap memenuhi kaedah keaslian penelitian dan dapat dinyatakan bahwa penelitian ini merupakan karya ilmiah yang orisinal, sehingga dapat dipertanggung jawabkan secara akademik. Apabila ditemukan hasil penelitian yang sama atau hampir sama setelah penelitian ini selesai dilakukan maka diharapkan penelitian tersebut dapat melengkapinya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan tentang Perumahan

1. Pengertian Perumahan

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 permukiman berfungsi sebagaimana mestinya. Rumah adalah tempat untuk melepaskan lelah, tempat bergaul, dan membina rasa kekeluargaan di antara anggota keluarga, tempat berlindung keluarga dan menyimpan barang berharga. Rumah adalah struktur fisik terdiri dari ruangan, halaman, dan area sekitarnya yang dipakai sebagai tempat tinggal dan sarana pembinaan keluarga.¹⁰

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan dan Permukiman, terdapat beberapa pengertian dasar yaitu:

- a. Rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga.

¹⁰ Undang-Undang No.1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Permukiman.

- b. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi prasarana dan sarana lingkungan.
- c. Permukiman adalah satuan kawasan perumahan lengkap dengan prasarana lingkungan, prasarana umum, dan fasilitas sosial yang mengandung keterpaduan kepentingan dan keselarasan pemanfaatan sebagai lingkungan kehidupan.
- d. Prasarana adalah kelengkapan dasar fisik lingkungan hunian yang memenuhi standar tertentu untuk kebutuhan bertempat tinggal yang layak, sehat, aman, dan, nyaman.
- e. Sarana adalah fasilitas dalam lingkungan hunian yang berfungsi untuk mendukung penyelenggaraan dan pengembangan kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi.
- f. Utilitas umum adalah kelengkapan penunjang untuk pelayanan lingkungan hunian.

2. Unsur-Unsur Perumahan

Unsur-unsur dalam perumahan antara lain sebagai berikut :

- a. Lingkungan alami: lahan permukiman dan tanah.
- b. Kegiatan sosial: manusia (individu), rumahtangga, komunitas (siskamling,dll)

- c. Bangunan-bangunan rumah tinggal
- d. Sarana dasar fisik dan pelayanan sosial-ekonomi: Warung dan toko kebutuhan sehari-hari Taman bermain, masjid, dll.
- e. Sitem jaringan prasarana dasar fisik seperti jaringan jalan, saluran drainase, sanitasi, air bersih, listrik, serta komunikasi.

3. Asas Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman

Perumahan dan permukiman diselenggarakan berdasarkan asas :

- a. Asas kesejahteraan adalah memberikan landasan agar kebutuhan perumahan dan kawasan permukiman yang layak bagi masyarakat dapat terpenuhi sehingga masyarakat mampu mengembangkan diri dari beradab, serta melaksanakan fungsi sosialnya.
- b. Asas keadilan dan pemerataan adalah memberikan landasan agar hasil pembangunan dibidang perumahan dan kawasan permukiman dapat dinikmati secara proporsional dan merata bagi seluruh rakyat.
- c. Asas kenasionalan adalah memberikan landasan agar hak kepemilikan tanah hanya berlaku untuk warga negara Indonesia, sedangkan hak menghuni dan menempati oleh

orang asing hanya dimungkinkan dengan cara hak sewa atau hak pakai atas rumah.

- d. Asas keefesienan dan kemanfaatan adalah memberikan landasan agar penyelenggaraan perumahan dan kawasan permukiman dilakukan dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki berupa sumber daya tanah, teknologi rancang bangun, dan industri bahan bangunan yang sehat untuk memberikan keuntungan dan manfaat sebesar besarnya bagi kesejahteraan rakyat.
- e. Asas keterjangkauan dan kemudahan adalah memberikan landasan agar hasil pembangunan dibidang perumahan dan kawasan permukiman dapat dijangkau oleh seluruh lapisan masyarakat, serta mendorong terciptanya iklim kondusif dengan memberikan kemudahan bagi MBR agar setiap warga negara Indonesia mampu memenuhi kebutuhan dasar akan perumahan dan permukiman.
- f. Asas kemandirian dan kebersamaan adalah memberikan landasan agar penyelenggaraan perumahan dan kawasan permukiman bertumpu pada prakarsa, swadaya dan peran masyarakat turut serta mengupayakan pengadaan dan pemeliharaan terhadap aspek-aspek perumahan dan kawasan permukiman sehingga mampu membangkitkan kepercayaan, kemampuan, dan kekuatan

sendiri, serta terciptanya kerja sama antara pemangku kepentingan dibidang perumahan dan kawasan permukiman.

- g. Asas kemitraan adalah memberikan landasan agar penyelenggaraan perumahan dan kawasan permukiman dilakukan oleh Pemerintah dan Pemerintahan Daerah dengan melibatkan peran pelaku usaha dan masyarakat, dengan prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang dilakukan, baik langsung maupun tidak langsung.
- h. Asas keserasian dan keseimbangan adalah memberikan landasan agar penyelenggaraan perumahan dan kawasan permukiman dilakukan dengan mewujudkan keserasian antara struktur ruang dan pola ruang, keselarasan antara kehidupan manusia dengan lingkungan, keseimbangan pertumbuhan dan perkembangan antar daerah, serta memperhatikan dampak terhadap lingkungan.
- i. Asas keterpatuan adalah memberikan landasan agar penyelenggaraan perumahan dan kawasan pemukiman dilaksanakan dengan memadukan kebijakan dalam perencanaan, pelaksanaan, pemanfaatan, dan pengendalian, baik intra-maupun antar-instansi serta sektor terkait dalam kesatuan yang bulat dan utuh, saling menunjang, dan saling mengisi.

- j. Asas kesehatan adalah memberikan landasan agar pembangunan perumahan dan kawasan pemukiman memenuhi standar rumah sehat, syarat kesehatan lingkungan, dan perilaku hidup sehat.
- k. Asas kelestarian dan keberlanjutan adalah memberikan landasan agar penyediaan perumahan dan kawasan pemukiman dilakukan dengan memperhatikan kondisi lingkungan hidup, dengan menyesuaikan dengan kebutuhan yang terus meningkat sejalan dengan laju kenaikan jumlah penduduk dan luas kawasan secara serasi dan seimbang untuk generasi sekarang dan generasi yang akan datang.
- l. Asas keselamatan, keamanan, ketertiban dan keteraturan adalah memberikan landasan agar penyelenggaraan perumahan dan kawasan pemukiman memperhatikan masalah kesehatan dan keamanan bangunan beserta infrastrukturnya, kesehatan dan keamanan lingkungan dan berbagai ancaman yang membahayakan penghuninya, ketertiban administrasi, dan keteraturan dalam pemanfaatan perumahan dan kawasan pemukiman.

4. Pengertian Pembangun Perumahan atau *Developer*

Istilah *developer* berasal dari bahasa asing yang menurut kamus bahasa Inggris artinya adalah pembangun perumahan. Secara umum, yang dimaksud dengan *developer* adalah sebuah instansi, bisa berupa

perusahaan atau perorangan, yang membuat perumahan. *Developer* memiliki tugas untuk melakukan segala aktivitas pembangunan perumahan mulai dari pembelian tanah, pembangunan, hingga pemasaran proyek tersebut ke publik.¹¹

Berdasarkan Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 Tahun 1974 Tentang Ketentuan-ketentuan Mengenai Penyediaan dan Pemberian Tanah untuk Keperluan Perusahaan, ditegaskan bahwa Perusahaan Pembangunan Perumahan ialah suatu perusahaan yang berusaha dalam bidang pembangunan dari berbagai jenis perumahan dalam jumlah yang besar. Pembangunan perumahan tersebut dilakukan pada sebuah kesatuan lingkungan atau pemukiman yang difasilitasi dengan beragam prasarana lingkungan serta fasilitas sosial untuk keperluan masyarakat penghuninya.

Developer pada dasarnya adalah pelaku usaha. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berkedudukan atau melakukan usaha kegiatan dalam Wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

¹¹ <https://www.cermati.com/artikel/memahami-arti-istilah-developer-hak-kewajiban-dan-tanggung-jawabnya-terhadap-konsumen>.

5. Penyelenggaraan Perumahan dan Kawasan Permukiman

Pasal 19 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Rumah dan Perumahan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rumah sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia bagi peningkatan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Penyelenggaraan rumah dan perumahan sebagaimana dimaksud dilaksanakan oleh Pemerintah, pemerintah daerah dan/atau setiap orang untuk menjamin hak setiap warga negara untuk menempati, menikmati, dan/atau memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur¹². Penyelenggaraan perumahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 meliputi :

a. Perencanaan perumahan;

Perencanaan perumahan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rumah yang terdiri atas perencanaan dan perancangan rumah; serta perencanaan prasarana, sarana, dan utilitas umum perumahan. Perencanaan perumahan yang dimaksud merupakan bagian dari perencanaan permukiman yang mencakup rumah sederhana, rumah menengah, dan/atau rumah mewah.

¹² Pasal 19 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011

b. Pembangunan perumahan;

Pembangunan perumahan dilakukan dengan mengembangkan teknologi dan rancang bangun yang ramah lingkungan serta mengembangkan industri bahan bangunan yang mengutamakan pemanfaatan sumber daya dalam negeri dan kearifan lokal yang aman bagi kesehatan. Industri bahan bangunan wajib memenuhi Standar Nasional Indonesia. Pembangunan rumah meliputi pembangunan rumah tunggal, rumah deret, dan/atau rumah susun. Pembangunan rumah dikembangkan berdasarkan tipologi, ekologi, budaya, dinamika ekonomi pada tiap daerah, serta mempertimbangkan factor keselamatan dan keamanan. Pembangunan rumah dapat dilakukan oleh setiap orang, Pemerintah, dan/atau pemerintah daerah dan harus dilakukan sesuai dengan rencana tata ruang wilayah.

c. Pemanfaatan perumahan;

Pemanfaatan perumahan digunakan sebagai fungsi hunian dan dapat digunakan sebagai kegiatan usaha secara terbatas tanpa membahayakan dan tidak mengganggu fungsi hunian. Selain digunakan untuk fungsi hunian harus memastikan terpeliharanya perumahan dan lingkungan hunian. Ketentuan mengenai pemanfaatan rumah sebagaimana dimaksud diatur dengan peraturan daerah.

d. Pengendalian perumahan

Pengendalian perumahan dimulai dari tahap perencanaan, pembangunan dan pemanfaatan. Pengendalian perumahan dilaksanakan oleh Pemerintah dan/atau pemerintah daerah dalam bentuk perizinan, penertiban, dan/atau penataan.

Perencanaan perumahan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rumah. Perencanaan perumahan yang dimaksud terdiri atas perencanaan dan perancangan rumah; dan perencanaan prasarana, sarana, dan utilitas umum perumahan. Perencanaan perumahan merupakan bagian dari perencanaan permukiman yang mencakup rumah sederhana, rumah menengah, dan/atau rumah mewah.¹³

B. Tinjauan Tentang Iklan

1. Pengertian Iklan

Iklan merupakan salah satu cara para pelaku usaha untuk mempromosikan atau mengenalkan barang maupun jasa yang akan mereka jual kepada para konsumen. Para pelaku usaha memasang iklan di media massa, internet, dan lain sebagainya.¹⁴

Pengertian iklan atau promosi itu sendiri menurut Pasal 1 angka 6 UUPK adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu

¹³ Pasal 23 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011

¹⁴ I Made Purwita dan I Ketut Sudantra, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terkait Iklan Produk Usaha Properti Sebelum Dibangun Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Kertha Semaya, Volume 03 Nomor 03 tahun 2015. Hal. 5

barang dan atau jasa, untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.¹⁵

Iklan diidentikkan dengan kata promosi sebagai suatu kegiatan pengenalan dan penyebarluasan informasi untuk menarik minat beli konsumen. Apabila dianalisis, definisi tersebut lebih menekankan pada pengenalan informasi untuk menarik minat beli konsumen. Secara *de facto* pemahaman terhadap definisi tersebut seringkali ditafsirkan pelaku usaha menjadi semacam alat, dengan menghalalkan muatan informasi apa saja, semata-mata untuk menggugah konsumen membeli. Tanpa disadari bahwa secara hukum ada informasi-informasi yang dilarang, meskipun menurut pertimbangan teknis pemasaran (*marketing*) sangat mungkin menggugah konsumen untuk membeli.¹⁶

2. Jenis-Jenis Iklan

Bila dilihat dari segi tujuan yang dikehendaki oleh iklan itu sendiri, secara umum iklan dapat dibagi dalam 2 (dua) jenis, yaitu : a) iklan Komersial; dan b) Iklan Layanan Masyarakat. Adapun arti dari kedua jenis iklan dimaksud dapat diberikan penjelasan sebagai berikut :

a. Iklan Komersial

Iklan komersial sering disebut pula dengan iklan bisnis. Sebagaimana namanya, iklan komersial atau iklan bisnis bertujuan

¹⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Op.Cit.* Hal 20.

¹⁶ Taufik H Simatupang. 2004. *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Bandung: Cipta Aditya Bakti. Hal. 21.

mendapatkan keuntungan ekonomi, utamanya peningkatan penjualan. Produk yang ditawarkan dalam iklan ini sangat beragam, baik barang, jasa, ide, keanggotaan organisasi, dan lain-lain.¹⁷

Iklan komersial dapat dibagi dalam tiga jenis iklan, yaitu iklan untuk konsumen, untuk bisnis dan iklan untuk profesional. Perbedaan yang esensial antara ketiganya adalah pada khalayak sasaran yang dituju. Namun semua iklan tersebut tetap dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan komersial. Iklan konsumen dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan bisnis dimana pesan iklan ditujukan kepada konsumen akhir, yaitu pengguna terakhir suatu produk. Seseorang yang membeli produk dimana produk tersebut akan digunakannya sendiri, maka ia disebut dengan konsumen pengguna akhir. Ibu rumah tangga adalah pengguna akhir produk sabun cuci, minyak goreng, mentega, sabun mandi, pasta gigi, shampoo, produk kecantikan, pembalut, pakaian, dan sebagainya. Anak sekolah adalah pengguna akhir produk alat tulis, sepatu dan tas sekolah, seragam sekolah, buku-buku pelajaran, dan sebagainya. Bayi adalah pengguna akhir dan produk. susu, pampers (popok sekali pakai), bedak bayi, minyak telon, mainan dan sebagainya.¹⁸

Iklan bisnis adalah iklan yang disampaikan dengan maksud mendapatkan keuntungan ekonomi dimana sasaran pesan yang dituju adalah untuk seseorang atau lembaga yang akan mengolah dan atau

¹⁷ Rosady Ruslan.1995. *Aspek-Aspek Hukum dan Etika dalam Aktivitas Public Relation*, Jakarta: Ghalia Indonesia. hal. 102

¹⁸ *Ibid.* hal. 103

menjual produk yang diiklankan tersebut kepada konsumen akhir. Toko yang akan menjual kembali barang-barang yang dibelinya adalah contoh pelaku bisnis. Contoh lain misalnya pabrik yang akan mengolah kembali produk yang dibelinya untuk dibentuk menjadi produk baru lainnya guna dijual kepada pasar. Sementara iklan profesional adalah iklan yang dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan bisnis dimana khalayak sasaran iklan adalah segmen khusus yaitu para profesional. Kaum profesional adalah kelompok orang yang memiliki pekerjaan spesifik, ia dibayar karena ketrampilan dan keahlian spesifiknya tersebut. Misalnya para dokter, guru, manager, pilot, pelaut, dan sebagainya yang bekerja secara profesional. Menurut Bitnner Wan komersial ini dimasukkan dalam katagori iklan standar. Menurutnya iklan standar adalah iklan yang ditata secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang, jasa, pelayanan untuk konsumen melalui Media Penyiar iklan. Tujuan iklan standar yaitu merangsang motif dan minat para pembeli atau para pemakai. Dengan kata lain, iklan standar memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan ekonomi. Umumnya iklan standar ditangani oleh perusahaan periklanan secara profesional. Pesan-pesan dalam iklan standar disusun secara mantap baik dalam kata-kata, kalimat, pemilihan gambar dan warna, memilih tempat pemasangan atau media yang tepat agar mampu menjangkau jenis khalayak sasaran tertentu, sampai dengan menyebarkannya pada waktu yang sesuai, seluruhnya ditangani oleh orang-orang profesional. Iklan standar terikat dalam kode etik tertentu,

yang penegakannya dilakukan oleh orang-orang yang bekerja dalam bidang periklanan itu sendiri. Dalam sebutan lain, tampaknya istilah iklan standar sebagaimana dimaksud oleh Bitter dapat disebut dengan iklan komersil.

b. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra baik di mata masyarakat.

Alo Liliwari¹⁹ menyebut iklan layanan masyarakat ini sebagai iklan tanggung jawab sosial, karena bertujuan untuk menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif, penerangan, pendidikan agar membentuk sikap warga masyarakat sehingga mereka bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan kemasyarakatan tertentu. Tanggung jawab itu merupakan bagian dari kewajiban masyarakat secara moral maupun material yang ditunjukkannya dalam aktivitas sosial. Termasuk golongan iklan tanggung jawab sosial adalah, iklan anjuran dan iklan penggambaran sosial.

¹⁹ Alo Liliwari.1992.*Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Cetakan I. Bandung: Citra Aditya Bakti. hal.18.

Iklan layanan masyarakat ini bersifat non profit, dalam hal ini jangan diartikan sebagai tidak mencari keuntungan apapun. Iklan layanan masyarakat tetap berupaya mencari keuntungan, namun keuntungan yang dituju bersifat keuntungan sosial, bukan keuntungan komersial secara langsung. Keuntungan yang diharapkan dari iklan layanan masyarakat adalah berusaha mendapatkan atau membentuk citra baik di tengah masyarakat. Jadi, esensi yang membedakan iklan standar dan iklan layanan masyarakat adalah terletak pada tujuan keuntungan yang ingin diraih atau diharapkan. Bila iklan standar bertujuan mencari keuntungan ekonomi, maka dalam iklan layanan masyarakat bertujuan mendapatkan keuntungan berupa citra baik di tengah masyarakat.

3. Tujuan dan Makna Iklan

Pada pokoknya semua makna iklan itu dapat dibedakan dalam lima kategori, yaitu:²⁰

a. Informasi

Semua iklan berisikan informasi sebab mengiklankan sebenarnya berarti menginformasikan. Informasi yang ada pada iklan, yaitu segala hal mengenai apa (produk) yang diiklankan itu.

b. Ajakan atau undangan

²⁰ Janus Sidabalok.2006.*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Hal. 244- 250.

Iklan dapat juga bermakna ajakan/undangan, yaitu mengajak atau mengundang masyarakat konsumen supaya datang memenuhi maksud dari pelaku usaha.

c. Pengaruh/bujukan

Selain berisikan informasi, iklan juga dapat berupa pengaruh/bujukan, yaitu mempengaruhi/membujuk masyarakat sedemikian rupa supaya mau membeli atau memakai/mengonsumsi produk yang diiklankan.

d. Janji/jaminan

Selain itu, iklan dapat pula mengandung janji- janji dari pelaku usaha sedemikian rupa bahwa konsumen akan mendapatkan kemanfaatan/kegunaan tertentu lebih dari produk lainnya kalau memakai/mengonsumsi produk yang diiklankan. Atau dapat juga berisikan sejumlah jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha akan diperoleh konsumen kalau memakai/ mengonsumsi produk yang ditawarkan.

e. Peringatan

Di samping makna iklan yang disebut di atas, iklan juga mungkin mengandung peringatan bagi konsumen akan kegunaan, kualitas, dan hal-hal lain dari produk yang diiklankan. Juga, peringatan mengenai kemungkinan dapat diperoleh di tempat tertentu, kemungkinan adanya barang tiruan.

4. Pihak-pihak yang terlibat dalam iklan

Iklan yang tampil di media adalah hasil sebuah kreativitas. Sebelum iklan tampil di media, terlebih dulu tentu melalui proses pembuatan yang ditangani oleh pihak yang ahli dibidangnya.

Kegiatan periklanan melibatkan banyak pelaku ekonomi seperti pengusaha periklanan, organisasi profesi periklanan, dan media periklanan. Dari keterangan di atas, banyaknya pelaku usaha yang terlibat dalam periklanan. Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen, ditetapkan bahwa pelaku usaha merupakan setiap orang perseorangan atau badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi (Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain). Cakupan pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempunyai makna luas yang akan memudahkan konsumen menuntut kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk tidak begitu mudah dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan karena banyak pihak yang akan diragukan.²¹

²¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Op.Cit.*Hal. 8.

Pihak yang terkait dalam bisnis periklanan disamping konsumen sebagai pemakai dan penikmat iklan, maka dalam bisnis periklanan ada 3 (tiga) pihak yang berperan yaitu:²²

1. Perusahaan periklanan (*advertising*)/biro iklan, yaitu perusahaan yang bergerak di bidang biro jasa pembuatan iklan. Dengan demikian, perusahaan periklanan adalah perusahaan yang menjual jasa periklanan bagi produk barang atau jasa. Disamping itu, perusahaan periklanan juga berfungsi sebagai pihak yang mempertemukan antara pengiklan dengan media (sarana atau tempat pemasangan/penyiaran iklan).
2. Media penyiar iklan, yaitu media komunikasi massa, yang meliputi baik media cetak (surat kabar, majalah tabloid) maupun media elektronik (televisi, radio), termasuk pula media luar ruangan, seperti pamflet dan spanduk.
3. Pengiklan (pemasang iklan), yaitu perusahaan atau perorangan sebagai pemasang iklan. Pihak pengiklan dimaksud bisa produsen maupun distributor. Berkaitan dengan terbitnya suatu iklan, maka pada umumnya inisiatif datangnya dari pengiklan agar produknya dibuatkan iklan. Selanjutnya perusahaan periklanan (biro iklan) dan atau media penyiar iklan dengan persetujuan pengiklan secara kreatif akan menerjemahkan inisiatif itu dalam bahasa periklanan

²² Taufik H Simatupang. *Op.Cit.*Hal.36

untuk membuat dan menyiarkan iklan tersebut untuk kepentingan pengiklan.

5. Klasifikasi iklan yang merugikan

Klasifikasi iklan yang dapat merugikan konsumen dapat berupa *bait advertising*, dan *False advertising*.²³

- a. *Bait Advertising* adalah suatu iklan yang menarik, tetapi penawaran yang disampaikan tidak jujur untuk menjual produk karena pengiklan tidak bermaksud menjual barang yang diiklankan. Tujuannya agar konsumen mengganti membeli barang yang diiklankan dengan barang jualan lainnya yang biasanya lebih mahal atau lebih menguntungkan pengiklan
- b. *Blind Advertising* adalah suatu iklan yang cenderung membujuk konsumen untuk berhubungan dengan pengiklan namun tidak menyatakan dengan tujuan utama iklan tersebut untuk menjual barang atau jasa, dan tidak menyatakan dengan identitas pengiklan.
- c. *False Advertising* adalah jika representasi tentang fakta dalam iklan adalah salah, yang diharapkan untuk membujuk pembelian barang yang diiklankan, dan bujukan pembelian tersebut merugikan pembeli, serta dibuat atas dasar tindakan kecurangan atau penipuan.

²³ Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Op.Cit.* hal. 106

Menurut Yusuf Shofie, iklan termasuk salah satu dari 5 (lima) sebab potensial yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen yaitu:²⁴

- 1) Ketidaksesuaian iklan atau informasi produk dengan kenyataan.
- 2) Produk tidak sesuai dengan standar ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 3) Produk cacat meskipun masih dalam masa garansi.
- 4) Sikap konsumtif konsumen;
- 5) Ketidaktahuan konsumen tentang penggunaan produk.

6. Kode Etik Periklanan

Persatuan Perusahaan Periklanan (PPP) Sebagai organisasi periklanan, memiliki Kode Etik yang dikenal dengan sebutan Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia (TKTCPI), yang saat ini telah diubah menjadi Etika Pariwara Indonesia (EPI). Meskipun Etika pariwara Indonesia (Tata krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia) tidak merupakan produk Undang-undang yang mengikat luas (publik), tetapi sebagai *self regulation* bagi para anggotanya, kode etik ini memiliki arti penting dalam rangka memberikan kejelasan aturan main.²⁵ Meskipun tidak mengikat dan tidak ada sanksi sudah sewajarnya pihak-pihak yang terlibat dalam proses pembuatan dan penyiaran suatu iklan, dengan

²⁴ Taufik H Simatupang. *Op.cit.* hal 41.

²⁵ Taufik H. Simatupang, *Op. Cit.* hal. 24

kesadaran tinggi untuk mematuhi seluruh rambu-rambu yang ada pada Tata Krama dan Tata Cara Periklanan tersebut. Dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia dianut prinsip atau azas umum sebagai berikut:

- a. Iklan harus jujur, bertanggung jawab dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.
- b. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan /atau merendahkan martabat agama, tata susila, adat budaya, suku dan golongan.
- c. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.

Iklan tersebut harus jujur, dalam artian iklan tersebut tidak boleh menyesatkan, antara lain tidak boleh memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui, dan memberikan janji yang berlebihan. Bertanggung jawab maksudnya tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan dan merugikan masyarakat. Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia tidak emmuat dan menjabarkan tanggung jawab setiap praktisi periklanan, terutama yang menyangkut aturan main proses pembuatan iklan, sampai iklan tersebut disajikan dan dipublikasikan kepada konsumen.

Hingga saat ini Indonesia belum mempunyai Undang- Undang khusus tentang periklanan. Peraturan yang mengatur tentang iklan tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Adapun peraturan perundang-undangan sebagaimana dimaksud adalah :

1. Surat Keputusan Bersama Menteri Kesehatan dan Menteri Penerangan No. 252/Menkes/SKB/VIII/20 dan No. 122/Kep/Menpen/1980 Tentang Pengendalian dan Pengawasan Iklan Obat, Makanan, Minuman, Kosmetika, dan Alat Kesehatan.
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan. Pasal 45 dari Peraturan Pemerintah pada pokoknya hal sebagai berikut :
 - a. Setiap orang yang memproduksi dan atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan untuk diperdagangkan, dilarang memuat pernyataan dan atau keterangan yang tidak benar dan atau yang dapat menyesatkan dalam iklan.
 - b. Penerbit, pencetak, pemegang izin siaran radio atau televisi, agen dan atau medium yang dipergunakan untuk menyebarkan iklan, turut bertanggung jawab terhadap isi iklan yang tidak benar, kecuali yang bersangkutan telah mengambil tindakan yang diperlukan untuk meneliti kebenaran isi iklan yang bersangkutan.
 - c. Untuk kepentingan pengawasan, penerbit, pencetak, pemegang izin siaran radio atau televisi, agen dan atau medium yang dipergunakan untuk menyebarkan iklan dilarang merahasiakan identitas, nama dan alamat pemasang iklan.

3. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam beberapa Pasalnya mengatur tentang periklanan sebagai berikut :
- a. Pasal 8 ayat (1) huruf f bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan atau jasa.
 - b. Pasal 9 bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, dan mengiklankan suatu barang atau jasa secara tidak benar.
 - c. Pasal 10 berkenaan dengan informasi iklan yang membuat pernyataan tidak benar dan menyesatkan.
 - d. Pasal 12 tentang iklan yang menawarkan, mempromosikan produk dengan tarif khusus, dalam waktu dan jumlah tertentu.
 - e. Pasal 13 tentang iklan produk barang dan jasa dengan memberikan janji pemberian hadiah secara gratis, tetapi ketika produk dibeli, janji tersebut tidak dipenuhi dengan dalih persediaan sudah habis.
 - f. Pasal 17 diatur khusus mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha periklanan.

- g. Pasal 20 tentang tanggung jawab pelaku usaha atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.²⁶

C. Tinjauan Tentang Perjanjian

1. Istilah dan Pengertian Perjanjian

Pengertian perjanjian diatur dalam Pasal 1313 *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang menentukan bahwa:

“Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

Pasal ini menerangkan secara sederhana tentang pengertian perjanjian yang menggambarkan tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri. Pengertian ini sebenarnya tidak begitu lengkap, tetapi dengan pengertian itu, sudah jelas bahwa dalam perjanjian itu terdapat satu pihak mengikatkan diri kepada pihak lain.²⁷

Pengertian ini sebenarnya seharusnya menerangkan juga tentang adanya dua pihak yang saling mengikatkan diri tentang sesuatu hal. Artinya kalau hanya disebutkan bahwa satu pihak mengikatkan diri kepada pihak lain, maka tampak seolah-olah yang dimaksud hanyalah perjanjian sepihak, tetapi kalau disebutkan juga tentang adanya dua pihak

²⁶ Adi Handono, dalam tesisnya *perlindungan hukum bagi konsumen terhadap informasi iklan barang/ jasa yang menyesatkan*, Jember: 2011, hal. 10.

²⁷ Ahmadi Miru & Sakka Pati. 2014. *Hukum Perikatan: Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*, Jakarta: Rajawali Pers. Hal.63.

yang saling mengikatkan diri, maka pengertian perjanjian ini meliputi baik perjanjian sepihak maupun perjanjian dua pihak.²⁸

Ahmadi Miru berpendapat bahwa:²⁹

“Perjanjian merupakan suatu peristiwa hukum di mana seseorang berjanji kepada orang lain atau dua orang saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.”

Melalui perjanjian terciptalah perikatan atau hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak yang membuat perjanjian. Dengan kata lain, kedua belah pihak terikat untuk mematuhi perjanjian yang telah mereka buat tersebut. Dalam hal ini fungsi kontrak sama dengan perundang-undangan, tetapi hanya berlaku khusus terhadap para pembuatnya saja. Secara hukum, perjanjian dapat dipaksakan berlaku melalui pengadilan. Hukum memberikan sanksi terhadap pelaku pelanggaran perjanjian atau ingkar janji (wanprestasi).³⁰

2. Syarat Sahnya Perjanjian

Mengenai syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 BW yang menentukan bahwa:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu; dan

²⁸*Ibid*, Hal. 63-64.

²⁹Ahmadi Miru. 2017. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal. 2.

³⁰Erlita Mahesti.2010. *Panduan Lengkap Membuat Surat Perjanjian (Kontrak)*, Yogyakarta: Lafal Indonesia. Hal. 9.

4. Suatu sebab yang halal.

Syarat pertama dan kedua yang disebutkan di atas dinamakan syarat subjektif, karena menyangkut soal orang-orang yang mengadakan perjanjian, sedangkan syarat ketiga dan keempat disebut syarat objektif, karena menyangkut objek dari peristiwa yang dijanjikan itu.³¹

1. Kesepakatan

Kesepakatan diperlukan dalam mengadakan perjanjian, ini berarti bahwa kedua belah pihak haruslah mempunyai kebebasan kehendak, artinya masing-masing pihak tidak mendapat suatu tekanan yang mengakibatkan adanya cacat dalam mewujudkan kehendaknya.

Menurut Subekti, kedua belah pihak dalam suatu perjanjian mempunyai kemauan yang bebas untuk mengikatkan diri dan kemauan itu harus dinyatakan. Mengenai pernyataan ini dapat dilakukan secara tegas dan secara diam-diam.³²

Secara garis besar terjadinya kesepakatan dapat terjadi secara tertulis dan tidak tertulis, yang mana kesepakatan yang terjadi secara tidak tertulis tersebut dapat berupa kesepakatan lisan, simbol-simbol tertentu, atau diam-diam.³³

Seseorang yang melakukan kesepakatan secara tertulis biasanya dilakukan baik dengan akta di bawah tangan maupun dengan akta otentik.

³¹ I Ketut Oka Setiawan, 2016. *Hukum Perikatan*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal. 61

³² Subekti. 2003. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta Intermasa. Hal. 135

³³ Ahmadi Miru, *Op.Cit.* Hal. 14

Akta di bawah tangan merupakan akta yang dibuat oleh para pihak tanpa melibatkan pejabat yang berwenang membuat akta seperti Notaris, PPAT, atau pejabat lain yang diberi wewenang untuk itu. Sedangkan akta otentik adalah akta yang dibuat oleh atau dihadapan pejabat yang berwenang. Akta otentik ada dua macam, yaitu akta yang dibuat oleh pejabat yang berwenang, dan akta yang dibuat di hadapan pejabat yang berwenang.³⁴

Perjanjian dapat dibuat lisan, artinya dengan kata-kata yang jelas maksud dan tujuannya yang dipahami oleh para pihak (itu sudah cukup), kecuali jika para pihak menghendaki supaya dibuat secara tertulis (akta).³⁵ Kesepakatan secara lisan merupakan bentuk kesepakatan yang banyak terjadi dalam masyarakat, namun kesepakatan secara lisan ini kadang tidak disadari sebagai suatu perjanjian antara pihak yang satu dengan pihak lainnya.³⁶

Kesepakatan yang terjadi dengan menggunakan simbol-simbol tertentu sering terjadi pada penjual yang hanya menjual satu macam jualan pokok. Kesepakatan dapat pula terjadi dengan hanya berdiam diri, misalnya dalam hal perjanjian pengangkutan.³⁷

Pada dasarnya, cara yang paling banyak dilakukan oleh para pihak, yaitu dengan bahasa yang sempurna secara lisan dan secara tertulis. Tujuan pembuatan perjanjian secara tertulis adalah memberikan

³⁴ *Ibid*, Hal 14-15

³⁵Titik Triwulan Tutik. 2008. *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, Jakarta: Kencana. Hal. 224

³⁶ Ahmadi Miru, *Op.Cit*, Hal. 16

³⁷ *Ibid*.

kepastian hukum bagi para pihak dan sebagai alat bukti yang sempurna di kala timbul sengketa di kemudian hari.³⁸

2. Kecakapan

Untuk mengadakan kontrak, para pihak harus cakap, namun dapat saja terjadi bahwa para pihak atau salah satu pihak yang mengadakan perjanjian adalah tidak cakap menurut hukum. Seseorang oleh hukum dianggap tidak cakap untuk melakukan perjanjian jika orang tersebut belum berusia 21 tahun, kecuali jika ia telah kawin sebelum cukup 21 tahun. Sebaliknya setiap orang yang berumur 21 tahun ke atas, oleh hukum dianggap cakap, kecuali karena suatu hal dia ditaruh di bawah pengampuan, seperti gelap mata, dungu, sakit ingatan, atau pemboros.³⁹

Ketentuan mengenai orang-orang yang belum dewasa terdapat perbedaan antara satu undang-undang dengan undang-undang lainnya, yaitu:

1. *Burgerlijk Wetboek*

Pasal 330 BW bahwa yang belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap 21 tahun dan tidak kawin sebelumnya.

³⁸Salim H.S, Abdullah dan Wiwiek Wahyuningsih. 2007. *Perancangan Kontrak & Memorandum of Understanding (MoU)*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal. 10

³⁹ Ahmadi Miru, *Op. Cit.* Hal. 29

2. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan

Pasal 47 bahwa Anak yang dimaksud dalam UU Perkawinan adalah yang belum mencapai 18 tahun.

3. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris

Adapun ketentuan batas usia bagi penghadap dinyatakan dalam Pasal 39 ayat (1) bahwa Penghadap harus memenuhi syarat sebagai berikut:

a. paling rendah berumur 18 (delapan belas) tahun atau telah menikah; dan

b. cakap melakukan perbuatan hukum.

4. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1997 tentang Pengadilan Anak
Pasal 1 bahwa Anak adalah orang yang dalam perkara anak nakal telah mencapai umur 8 (delapan) tahun tetapi belum mencapai umur 18 (delapan belas) tahun dan belum pernah kawin.

5. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Pasal 1 angka 5 bahwa Anak adalah setiap manusia yang berumur di bawah 18 (delapan belas) tahun dan belum menikah, termasuk anak yang masih dalam kandungan apabila hal tersebut adalah demi kepentingannya.

6. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak

Pasal 1 ayat (1) bahwa Anak adalah seseorang yang belum berumur 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan seseorang dianggap tidak cakap apabila:⁴⁰

- a. Belum berusia 21 tahun dan belum menikah;
- b. Berusia 21 tahun, tetapi gelap mata, sakit ingatan, dungu atau boros.

Sementara itu, dalam Pasal 1330 BW, ditentukan bahwa tidak cakap untuk membuat perjanjian adalah:⁴¹

- a. Orang-orang yang belum dewasa;
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;
- c. Orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang; dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

Perempuan dalam hal ini yang ditetapkan dalam undang-undang sekarang ini tidak dipatuhi lagi karena hak perempuan dan laki-laki telah disamakan dalam hal membuat perjanjian sedangkan untuk membuat perjanjian tertentu sebenarnya tidak tergolong sebagai orang yang tidak cakap, tetapi hanya tidak berwenang membuat perjanjian tertentu.⁴²

3. Hal tertentu

Syarat ketiga dari suatu perjanjian haruslah memenuhi “hal tertentu”, maksudnya adalah suatu perjanjian haruslah memiliki objek (*bepaald onderwerp*) tertentu yang sekurang-kurangnya dapat ditentukan.⁴³ Objek perjanjian itu diatur dalam Pasal 1333 BW yang menentukan bahwa:

“Suatu persetujuan harus mempunyai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu terkemudian dapat ditentukan atau dihitung”

Pasal ini hanya mempertegas tentang apa yang dimaksud dengan “hal tertentu” sebagai syarat objektif dari syarat sahnya perjanjian yakni barang yang sudah ditentukan minimal sudah ditentukan jenisnya, termasuk juga barang yang baru dapat ditentukan atau dihitung kemudian, walaupun pada saat perjanjian dibuat belum ditentukan.⁴⁴ Suatu kontrak

⁴² *Ibid*, Hal. 29-30.

⁴³ I Ketut Oka Setiawan, *Op.Cit.* Hal.67

⁴⁴ Ahmadi Miru & Sakka Pati, *Op.Cit.* Hal. 76

objek perjanjian harus jelas dan ditentukan oleh para pihak, objek perjanjian tersebut dapat berupa barang maupun jasa, namun dapat juga berupa tidak berbuat sesuatu. Hal tertentu ini dalam kontrak disebut prestasi yang dapat berwujud barang, keahlian atau tenaga, dan tidak berbuat sesuatu.⁴⁵

Untuk menentukan barang yang menjadi objek perjanjian, dapat dipergunakan berbagai cara seperti: menghitung, menimbang, mengukur, atau menakar. Sementara itu untuk menentukan jasa, harus ditentukan apa yang harus dilakukan oleh salah satu pihak.⁴⁶

4. Sebab yang Halal

Istilah kata halal bukanlah lawan kata haram dalam hukum Islam, tetapi yang dimaksud sebab yang halal adalah bahwa isi kontrak tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum dan kesusilaan.⁴⁷

Dalam Pasal 1320 BW tidak dijelaskan pengertian *orzaak* (causa yang halal). Di dalam Pasal 1337 BW hanya disebutkan causa yang terlarang.⁴⁸

Pasal 1337 BW yang menentukan bahwa:

“Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum”

⁴⁵ Ahmadi Miru, *Op.Cit.* Hal. 30

⁴⁶ *Ibid.*

⁴⁷ *Ibid.*, Hal. 30-31

⁴⁸ Salim H.S, *Op.Cit.* Hal.165-166

3. Unsur-Unsur Perjanjian

Dalam suatu perjanjian dikenal tiga unsur, yaitu sebagai berikut:⁴⁹

1. Unsur Esensial

Unsur esensial merupakan unsur yang harus ada dalam suatu kontrak karena tanpa adanya kesepakatan tentang unsur esensial ini maka tidak ada kontrak. Sebagai contoh, dalam kontrak jual beli harus ada kesepakatan mengenai barang dan harga karena tanpa kesepakatan mengenai barang dan harga dalam kontrak jual beli, kontrak tersebut batal demi hukum karena tidak ada hal tertentu yang diperjanjikan.

2. Unsur Naturalia

Unsur naturalia merupakan unsur yang telah diatur dalam undang-undang sehingga apabila tidak diatur oleh para pihak dalam kontrak, undang-undang yang mengaturnya. Dengan demikian, unsur naturalia ini merupakan unsur yang selalu dianggap ada dalam kontrak. Sebagai contoh, jika dalam kontrak tidak diperjanjikan tentang cacat tersembunyi, secara otomatis berlaku ketentuan dalam *Burgerlijk Wetboek* (BW) bahwa penjual harus menanggung cacat tersembunyi.

3. Unsur Aksidental

⁴⁹Ahmadi Miru, *Op.Cit.* Hal. 31-32.

Unsur aksidentalita merupakan unsur yang nanti ada atau mengikat para pihak jika para pihak memperjanjikannya. Sebagai contoh, dalam kontrak jual beli dengan angsuran diperjanjikan bahwa apabila pihak debitur lalai membayar utangnya, dikenakan denda dua persen perbulan keterlambatan, dan apabila debitur lalai membayar selama tiga bulan berturut-turut, barang yang sudah dibeli dapat ditarik kembali oleh kreditor tanpa melalui pengadilan. Demikian pula klausul-klausul lainnya yang sering ditentukan dalam suatu kontrak, yang bukan merupakan unsur esensial dalam kontrak tersebut.

4. Asas-Asas dalam Perjanjian

Dalam hukum perjanjian dikenal banyak asas, antara lain:

a. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme sering diartikan bahwa dibutuhkan kesepakatan untuk lahirnya kesepakatan. Pengertian ini tidak tepat karena maksud asas konsensualisme ini adalah bahwa lahirnya kontrak ialah pada saat terjadinya kesepakatan. Dengan demikian, apabila tercapai kesepakatan antara para pihak, lahirlah perjanjian, walaupun perjanjian itu belum dilaksanakan pada saat itu. Hal ini berarti bahwa dengan tercapainya kesepakatan oleh para pihak melahirkan hak dan kewajiban bagi mereka atau biasa juga disebut bahwa perjanjian tersebut sudah

bersifat obligatoir, yakni melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk memenuhi perjanjian tersebut.⁵⁰

b. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas Kebebasan berkontrak merupakan salah satu yang sangat penting dalam hukum kontrak. Kebebasan berkontrak ini oleh sebagian sarjana hukum biasanya didasarkan pada Pasal 1338 ayat (1) *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang menentukan bahwa:

“Bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”

Demikian pula ada yang mendasarkan pada Pasal 1320 *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang menerangkan tentang syarat sahnya perjanjian. Kebebasan berkontrak memberikan jaminan kebebasan kepada seseorang untuk secara bebas dalam beberapa hal yang berkaitan dengan perjanjian, di antaranya:

1. bebas untuk menentukan apakah ia akan melakukan perjanjian atau tidak;
2. bebas menentukan dengan siapa ia akan melakukan perjanjian;
3. bebas menentukan isi atau klausul perjanjian;
4. bebas menentukan bentuk perjanjian; dan

⁵⁰Ahmadi Miru, *Op.Cit.* Hal. 3.

5. kebebasan-kebebasan lainnya yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

Asas kebebasan berkontrak merupakan suatu dasar yang menjamin kebebasan orang dalam melakukan kontrak. Hal ini tidak terlepas juga dari sifat Buku III *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang hanya merupakan hukum yang mengatur sehingga para pihak dapat menyimpanginya (mengesampingkannya), kecuali terhadap pasal-pasal tertentu yang sifatnya memaksa.⁵¹

c. Asas Mengikatnya Kontrak (*Pacta Sunt Servanda*)

Setiap orang yang membuat kontrak, dia terikat untuk memenuhi kontrak tersebut karena kontrak tersebut mengandung janji-janji yang harus dipenuhi dan janji tersebut mengikat para pihak sebagaimana mengikatnya undang-undang. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 1338 ayat (1) *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang menentukan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.⁵²

d. Asas Itikad Baik

Asas itikad baik merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang itikad baik ini diatur dalam Pasal

⁵¹*Ibid*, Hal. 4.

⁵²*Ibid*, Hal. 4-5.

1338 ayat (3) *Burgerlijk Wetboek* (BW) bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.⁵³

Walaupun itikad baik para pihak dalam perjanjian sangat ditekankan pada tahap perjanjian, secara umum itikad baik harus selalu ada pada setiap tahap perjanjian sehingga kepentingan pihak yang satu selalu dapat diperhatikan oleh pihak lainnya.⁵⁴

Di samping ke empat asas itu, di dalam Lokakarya Hukum Perikatan yang diselenggarakan oleh Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman dari Tanggal 17 sampai dengan tanggal 19 Desember 1985 telah berhasil dirumuskan delapan asas hukum perikatan nasional, yaitu:⁵⁵

a. Asas kepercayaan

Asas kepercayaan ini mengandung pengertian bahwa setiap orang akan mengadakan perjanjian akan memenuhi setiap prestasi yang diadakan di antara mereka di belakang hari.

b. Asas persamaan hukum

Asas persamaan hukum adalah bahwa subjek hukum yang mengadakan perjanjian mempunyai kedudukan, hak, dan kewajiban yang sama dalam hukum, dan tidak dibeda-bedakan antara satu sama lain, walaupun subjek hukum itu berbeda warna kulit, agama, dan ras.

⁵³*Ibid*, Hal. 5.

⁵⁴*Ibid*, Hal. 7.

⁵⁵Salim, H.S, *Op.Cit.* Hal. 158-160.

c. Asas keseimbangan

Asas keseimbangan adalah suatu asas yang menghendaki kedua belah pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian. Kreditor mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi dan jika diperlukan dapat menuntut pelunasan prestasi melalui kekayaan debitor, namun debitor memikul pula kewajiban untuk melaksanakan perjanjian ini dengan itikad baik.

d. Asas kepastian hukum

Perjanjian sebagai figur hukum harus mengandung kepastian hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikatnya perjanjian, yaitu sebagai undang-undang bagi yang membuatnya.

e. Asas moral

Asas moral ini terikat dalam perikatan wajar, di mana suatu perbuatan sukarela dari seseorang tidak dapat menuntut hak baginya untuk menggugat prestasi dari pihak debitor. Hal ini terlihat di dalam *zaakwarneming*, di mana seseorang melakukan perbuatan dengan sukarela (moral). Yang bersangkutan mempunyai kewajiban hukum untuk meneruskan dan menyelesaikan perbuatannya. Faktor-faktor yang memberikan motivasi pada yang bersangkutan untuk melakukan perbuatan hukum itu berdasarkan pada kesusilaan (moral) sebagai panggilan hati nuraninya.

f. Asas kepatutan

Asas ini tertuang dalam Pasal 1339 *Burgerlijk Wetboek* (BW). Asas ini berkaitan dengan ketentuan mengenai isi perjanjian.

g. Asas kebiasaan

Asas ini di pandang sebagai bagian dari perjanjian. Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk apa yang secara tegas diatur, akan tetapi juga hal-hal yang menurut kebiasaan lazim diikuti.

h. Asas perlindungan

Asas perlindungan mengandung pengertian bahwa antara debitor dan kreditor harus dilindungi oleh hukum. Namun, yang perlu mendapat perlindungan itu seringkali adalah pihak debitor karena pihak debitor berada pada pihak yang lemah.

5. Macam-Macam Perjanjian

Di dalam BW memang tidak disebutkan secara sistematis mengenai bentuk perjanjian. Namun apabila menelaah berbagai ketentuan yang tercantum dalam BW, perjanjian dapat dibedakan menurut golongannya sebagai berikut:

a. Perjanjian Menurut Bentuknya

Perjanjian dibedakan menjadi dua macam, yaitu perjanjian lisan dan tertulis. Perjanjian lisan adalah perjanjian yang dibuat oleh para pihak cukup dengan lisan atau kesepakatan para pihak (Pasal 1320 BW). Dengan adanya konsensus itu, maka perjanjian itu telah terjadi.

Sedangkan perjanjian tertulis adalah perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk tulisan.⁵⁶

b. Perjanjian Cuma-Cuma atau dengan Alas Hak yang Membebani

Penggolongan ini didasarkan pada keuntungan salah satu pihak dan adanya prestasi dari pihak lainnya. Perjanjian cuma-cuma merupakan perjanjian yang menurut hukum hanyalah timbul keuntungan bagi salah satu pihak. Adapun perjanjian dengan alas hak yang membebani merupakan perjanjian, di samping pihak yang satu, senantiasa ada prestasi (kontra) dari pihak lain, yang menurut hukum saling berkaitan.⁵⁷

c. Perjanjian sepihak dan perjanjian timbal balik

Perjanjian-perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban-kewajiban pokok pada kedua belah pihak, perjanjian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu perjanjian timbal balik dan perjanjian sepihak. Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan suatu kewajiban pokok bagi satu pihak, sedangkan pihak lainnya wajib melakukan sesuatu. Disini tampak adanya prestasi-prestasi yang satu sama lain saling seimbang. Sedangkan, perjanjian sepihak adalah perjanjian yang selalu timbul kewajiban-kewajiban hanya bagi satu dari para pihak.⁵⁸

⁵⁶ Salim H.S, Abdullah, & Wiwiek Wahyuningsih *Op.Cit*, Hal. 19

⁵⁷ *Ibid*, Hal.20

⁵⁸ *Ibid*.

d. Perjanjian Menurut Namanya

Di dalam Pasal 1319 BW hanya disebutkan dua macam perjanjian, yaitu perjanjian bernama dan perjanjian tak bernama. Perjanjian bernama adalah perjanjian yang dikenal dalam BW. Sedangkan perjanjian tak bernama adalah perjanjian yang timbul, tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.⁵⁹

e. Perjanjian Menurut Sumbernya:⁶⁰

1. Perjanjian yang bersumber dari hukum keluarga, seperti halnya perkawinan;
2. Perjanjian yang bersumber dari kebendaan, yaitu yang berhubungan dengan peralihan hukum benda, misalnya peralihan hak milik;
3. Perjanjian *obligatoir*, yaitu perjanjian yang menimbulkan kewajiban;

6. Tahap-Tahap Pembuatan Perjanjian

Ada tiga tahap dalam membuat perjanjian, menurut teori baru yang dikemukakan Van Dunne, yaitu:⁶¹

- 1) Tahap *pra-contractual*, yaitu adanya penawaran dan penerimaan;

⁵⁹ *Ibid*, Hal. 18

⁶⁰ *Ibid*.

⁶¹Salim, H.S dkk, *Op.Cit.* Hal 8.

- 2) Tahap *contractual*, yaitu adanya persesuaian pernyataan kehendak antara para pihak;
- 3) Tahap *post-contractual*, yaitu pelaksanaan perjanjian

7. Wanprestasi dalam Perjanjian

1. Pengertian Wanprestasi

Wanprestasi artinya tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan dalam perikatan.⁶²

Menurut Salim H.S bahwa:⁶³

“Wanprestasi adalah tidak memenuhi atau lalai melaksanakan kewajiban sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian yang dibuat antara kreditur dengan debitur.”

Berdasarkan pendapat di atas Ahmadi Miru mengemukakan pendapat bahwa:⁶⁴

“Wanprestasi adalah tidak dipenuhinya janji dapat terjadi baik karena disengaja maupun tidak disengaja. Pihak yang tidak sengaja wanprestasi ini dapat terjadi karena memang tidak mampu untuk memenuhi prestasi tersebut atau juga karena memaksa untuk tidak melakukan prestasi tersebut.”

Wanprestasi dapat berupa:⁶⁵

- a. Sama sekali tidak memenuhi prestasi;

⁶²Abdulkadir Muhammad.2000. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung:Citra Aditya Bakti. Hal. 203.

⁶³Salim H. S, 2010. *Hukum Kontrak: Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika, Hal. 98.

⁶⁴Ahmadi Miru, *Op.Cit.* Hal. 74.

⁶⁵*Ibid.*

- b. Prestasi yang dilakukan tidak sempurna;
- c. Terlambat memenuhi prestasi
- d. Melakukan apa yang dalam perjanjian dilarang untuk dilakukan.

Terjadinya wanprestasi mengakibatkan pihak lain (lawan dari pihak yang wanprestasi) dirugikan.⁶⁶ Oleh karena itu pihak lain dirugikan akibat wanprestasi tersebut, pihak wanprestasi harus menanggung akibat dari tuntutan pihak lawan yang dapat berupa tuntutan:⁶⁷

- 1. Pembatalan kontrak (disertai atau tidak disertai ganti rugi);
- 2. Pemenuhan kontrak (disertai atau tidak disertai ganti rugi).

Dengan demikian, ada dua kemungkinan pokok yang dapat dituntut oleh pihak yang dirugikan, yaitu pembatalan atau pemenuhan kontrak. Namun, jika dua kemungkinan pokok tersebut diuraikan lebih lanjut, kemungkinan tersebut dapat dibagi menjadi empat, yaitu:⁶⁸

- a. Pembatalan kontrak saja;
- b. Pembatalan kontrak disertai tuntutan ganti rugi;
- c. Pemenuhan kontrak saja;
- d. Pemenuhan kontrak disertai tuntutan ganti rugi.

⁶⁶*Ibid.*

⁶⁷*Ibid.* Hal. 75.

⁶⁸*Ibid.*

Sedangkan menurut Subekti, tuntutan atas terjadinya wanprestasi, antara lain:⁶⁹

- a. Pemenuhan perjanjian;
- b. Pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi;
- c. Ganti rugi saja;
- d. Pembatalan Perjanjian;
- e. Pembatalan disertai ganti rugi

Tuntutan apa yang harus ditanggung oleh pihak yang wanprestasi tersebut tergantung pada jenis tuntutan yang dipilih oleh pihak yang dirugikan. Bahkan apabila tuntutan itu dilakukan dalam bentuk gugatan di Pengadilan, pihak yang wanprestasi tersebut juga dibebani biaya perkara.⁷⁰

2. Pembelaan Pihak yang Dituduh Wanprestasi

Pihak yang dituduh wanprestasi (yang pada umumnya adalah debitur), dapat mengajukan tangkisan-tangkisan untuk membebaskan diri dari akibat buruk dari wanprestasi tersebut.

Tangkisan atau pembelaan tersebut dapat berupa:⁷¹

- a. Tidak dipenuhinya kontrak (wanprestasi) terjadi karena keadaan memaksa (*overmacht*);

⁶⁹ Subekti, Hukum Perjanjian, cet. 19, PT. Intermasa, Jakarta, 2002.

⁷⁰ Ahmadi Miru. Op.cit, Hal. 75-76.

⁷¹ *Ibid.*

- b. Tidak dipenuhinya kontrak (wanprestasi) terjadi karena pihak lain juga wanprestasi (*exceptio non adimpleti contractus*);
- c. Tidak dipenuhinya kontrak (wanprestasi) terjadi karena pihak lawan telah melepaskan haknya atas pemenuhan prestasi.

Pada dasarnya kontrak dibuat untuk saling menguntungkan dan bukan untuk saling merugikan atau untuk merugikan pihak lain. Oleh karena itu, walaupun undang-undang memungkinkan pihak yang dirugikan untuk membatalkan kontrak, selayaknya wanprestasi-wanprestasi kecil atau tidak esensial tidak dijadikan alasan untuk pembatalan kontrak, melainkan hanya pemenuhan kontrak baik yang disertai tuntutan ganti rugi maupun tidak. Hal ini penting untuk dipertimbangkan karena dalam kasus-kasus tertentu pihak yang wanprestasi dapat mengalami kerugian besar jika kontrak dibatalkan.⁷²

Dengan demikian, walaupun pihak yang wanprestasi tidak dapat mengajukan salah satu pembelaan atau tangkisan sebagaimana disebut di atas, pihak lawan tidak selamanya dapat menuntut pembatalan kontrak apabila prestasi yang dilakukan terlambat atau tidak sempurna.⁷³

Keadaan memaksa (*overmacht*) tidak memenuhi kontrak sebagaimana dimaksud di atas dapat merupakan keadaan memaksa yang mutlak, dapat pula yang bersifat relatif. Keadaan memaksa yang bersifat mutlak kalau memang tidak ada kemungkinan lagi untuk memenuhi

⁷²*Ibid.*

⁷³*Ibid.*, Hal. 76-77.

prestasi dalam kontrak tersebut. Sedangkan, keadaan memaksa yang bersifat relatif, sebenarnya masih ada kemungkinan untuk memenuhi prestasi dalam kontrak tersebut, tetapi karena suatu keadaan menyebabkan penyerahan tersebut terhambat.⁷⁴

3. Tuntutan Ganti Rugi Berdasarkan Wanprestasi

a. Ganti Rugi

Ada dua sebab timbulnya ganti rugi, yaitu ganti rugi karena wanprestasi dan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum. Ganti rugi karena wanprestasi diatur dalam Buku III BW, yang dimulai dari Pasal 1243 *Burgerlijk Wetboek* (BW) s.d. Pasal 1252 *Burgerlijk Wetboek* (BW), sedangkan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 BW. Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum adalah suatu bentuk ganti rugi yang yang dibebankan kepada orang yang telah menimbulkan kesalahan kepada pihak yang dirugikan. Ganti rugi itu timbul karena adanya kesalahan, bukan karena adanya perjanjian.⁷⁵

Ganti rugi karena wanprestasi adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada debitor yang tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara kreditur dan debitor.⁷⁶

Ganti kerugian yang dapat dituntut oleh kreditur kepada debitor, yaitu:⁷⁷

⁷⁴*Ibid*, Hal. 77.

⁷⁵Salim H. S, *Op.Cit.* Hal. 181.

⁷⁶*Ibid*, Hal. 181-182.

⁷⁷*Ibid*.

1. Kerugian yang telah dideritanya, yaitu berupa penggantian biaya-biaya dan kerugian;
2. Keuntungan yang sedianya akan diperoleh Pasal 1246 *Burgerlijk Wetboek* (BW), ini ditunjukkan kepada bunga-bunga.

Biaya-biaya (ongkos-ongkos), adalah ongkos yang telah dikeluarkan oleh kreditor untuk mengurus objek perjanjian. Kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan yang disebabkan adanya kerusakan atau kerugian, sedangkan bunga-bunga adalah keuntungan yang akan dinikmati oleh kreditor. Penggantian biaya-biaya, kerugian, dan bunga itu harus merupakan akibat langsung dari wanprestasi dan dapat diduga pada saat sebelum terjadinya perjanjian.⁷⁸

Pasal 1249 *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang menentukan bahwa:

“Jika dalam suatu perikatan ditentukannya, bahwa si yang lalai memenuhinya, sebagai ganti rugi harus membayar suatu jumlah uang tertentu, maka kepada pihak yang lain tak boleh memberikan suatu jumlah yang lebih maupun yang kurang dari jumlah itu”

Pasal ini mengatur mengenai suatu perjanjian dengan ancaman hukuman, yaitu apabila dalam perjanjian itu para pihak memperjanjikan bahwa salah satu pihak yang lalai memenuhi perjanjian (wanprestasi). Ia harus membayar sejumlah uang, yang dalam istilah sehari-hari lazim disebut denda. Maka, pembayaran denda yang berupa uang tersebut

⁷⁸*Ibid.*

harus dibayar sebesar nilai yang diperjanjikan, tidak boleh lebih atau kurang.⁷⁹

b. Kerugian

Kerugian yang diderita seseorang secara garis besar dapat dibagi atas dua bagian, yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta benda seseorang. Kerugian harta benda sendiri dapat berupa kerugian nyata yang dialami serta kehilangan keuntungan yang diharapkan.⁸⁰

Walaupun kerugian dapat berupa kerugian atas diri (fisik) seseorang atau kerugian yang menimpa harta benda, akan tetapi jika dikaitkan dengan ganti rugi, keduanya dapat dinilai dengan uang (harta kekayaan). Demikian pula karena kerugian harta benda dapat pula berupa kehilangan keuntungan yang diharapkan, pengertian kerugian seharusnya adalah berkurangnya atau tidak diperolehnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak lain.⁸¹

Dalam menentukan besarnya ganti rugi yang harus dibayar, pada dasarnya harus berpegang pada asas bahwa ganti rugi yang harus dibayar sedapat mungkin membuat pihak yang rugi dikembalikan pada kedudukan semula seandainya tidak terjadi kerugian, atau dengan kata

⁷⁹Ahmadi Miru & Sakka Pati.2014.*Hukum Perikatan: Penjelasan Makna Pasal 1233 sampai 1456 BW*. Jakarta: Rajawali Pers.Hal. 17.

⁸⁰Ahmadi Miru, *Op.Cit.* Hal. 80.

⁸¹*Ibid*, Hal. 80-81.

lain, ganti rugi menempatkan sejauh mungkin orang yang dirugikan dalam kedudukan yang seharusnya andai kata perjanjian dilaksanakan secara baik atau tidak terjadi perbuatan melanggar hukum. Dengan demikian ganti rugi harus diberikan sesuai dengan kerugian yang sesungguhnya tanpa memerhatikan unsur-unsur yang tidak terkait langsung dengan kerugian itu, seperti kemampuan atau kekayaan pihak-pihak yang bersangkutan.⁸²

c. Kerugian Tanpa Kesalahan (Risiko)

Kerugian tanpa kesalahan ini merupakan suatu hal yang sangat erat terkait dengan pembelaan debitur yang dituduh lalai, terutama tentang pembelaan yang berupa keadaan memaksa (*overmacht*).⁸³

Di dalam teori hukum dikenal suatu ajaran yang disebut dengan *resicoleer* (ajaran tentang risiko). *Resicoleer* adalah suatu ajaran dimana seseorang berkewajiban untuk memikul kerugian jikalau ada sesuatu kejadian di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang menjadi objek perjanjian.⁸⁴

Ajaran ini timbul apabila terdapat keadaan memaksa (*overmacht*). Ajaran ini dapat diterapkan pada perjanjian sepihak dan perjanjian timbal balik. Perjanjian sepihak adalah suatu perjanjian dimana salah satu pihak aktif melakukan prestasi, sedangkan pihak lainnya pasif. Sedangkan

⁸²*Ibid*, Hal. 81.

⁸³*Ibid*, Hal. 83.

⁸⁴Salim H.S, *Op.Cit.* Hal. 185.

perjanjian timbal balik adalah suatu perjanjian dimana kedua belah pihak diwajibkan untuk melakukan prestasi sesuai dengan kesepakatan yang dibuat antara keduanya. Perjanjian timbal balik yaitu: jual beli, sewa menyewa, tukar menukar, dan lain-lain.⁸⁵

D. Landasan Teori

1. Teori Terjadinya dan Lahirnya Perjanjian

Pasal 1320 BW dari 4 (empat) syarat sahnya suatu perjanjian, mensyaratkan adanya kesepakatan sebagai salah satu syarat keabsahan perjanjian. Kesepakatan merupakan syarat yang logis dalam diadakannya suatu perjanjian dikarenakan dalam perjanjian terdapat dua pihak yang saling berhadapan untuk saling mengisi kehendak masing-masing pihak.

Kesepakatan merupakan pertemuan antara penawaran dan penerimaan, maka unsur dari kesepakatan adalah:⁸⁶

a. Penawaran (*Offere*)

Penawaran adalah suatu usul yang ditujukan kepada pihak lain untuk menutup perjanjian, usul tersebut telah dirumuskan sedemikian rupa sehingga penerimaan (akseptasi) oleh pihak lain segera melahirkan perjanjian.

Suatu penawaran dibedakan dari suatu undangan untuk memasukkan penawaran seperti suatu perusahaan memasang

⁸⁵ *Ibid.*

⁸⁶ Zakkiyah. 2015. *Hukum perjanjian: Teori dan Perkembangannya*. Yogyakarta: LenteraKreasindo. Hal. 35

iklan disuatu surat kabar yang mencari seorang sarjana hukum untuk menduduki jabatan di biro hukum dengan gaji tertentu, iklan yang demikian hanya dikategorikan sebagai undangan untuk memasukkan suatu penawaran. Hal ini didasarkan atas pertimbangan bahwa hubungan buruh dan majikan mempunyai segi- segi yang bersifat pribadi, sehingga orang tidak begitu saja menerima setiap orang yang menjawab iklan tersebut.

Penawaran yang disampaikan kepada khalayak, akan menghasilkan dua macam kontrak, yaitu :⁸⁷

- 1) Kontrak bilateral, dan
- 2) Kontrak unilateral.

Kontrak bilateral, yaitu kontrak yang diadakan antara dua orang. Dalam kontrak itu kedua belah pihak harus memenuhi janjinya. Sedangkan kontrak unilateral adalah penawaran yang membutuhkan tindakan saja karena berisi satu janji dari satu pihak saja.

Pada prinsipnya penawaran tetap terbuka sepanjang belum berakhirnya waktu atau belum dicabut. Suatu penawaran berakhir apabila:

⁸⁷ Salim H.S. 2010. *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal. 35.

1. Si pemberi tawaran (penawaran) atau penerima tawaran sakit ingatan atau meninggal dunia sebelum terjadinya penerimaan penawaran.
2. Penawaran dicabut, dalam hal ini pihak penawar harus memberitahukan sebelum penawaran diterima. Jika suatu penawaran ditentukan dalam waktu tertentu maka penawaran tersebut tidak dapat dicabut sebelum berakhir, dan
3. Penerima tawaran tidak menerima tawaran, tetapi membuat suatu kontrak penawaran.

b. Penerimaan (akseptasi)

Penerimaan adalah kesepakatan dari pihak penerima untuk menerima persyaratan yang diajukan oleh penawar. Penerimaan itu harus disampaikan penerima tawaran kepada penawar tawaran. Penerimaan harus bersifat absolut dan tanpa syarat atas tawaran itu. Penerimaan belum disampaikan kepada pemberi tawaran, belum berlaku sebagai penerimaan tawaran. Akan tetapi, dalam perundingan yang dilakukan dengan korespondensi, penerimaan yang dikirim dengan media yang sama dianggap sudah disampaikan.

Suatu penawaran yang dilakukan secara lisan dan apabila antara yang menawarkan dengan si penerima berada dalam suatu tempat merupakan hal yang mudah untuk menentukan kapan saat lahirnya

sepakat yaitu pada saat penawaran tersebut diakseptir (diterima) oleh si penerima, tetap lain halnya apabila penawaran dilakukan secara tertulis, maka akan sulit untuk menentukan kapan lahirnya sepakat dan sulit untuk menentukan lahirnya suatu perjanjian.

Penentuan kapan lahirnya suatu perjanjian sangat penting artinya dalam hal:

1. Penentuan risiko
2. Kesempatan penarikan kembali penawaran
3. Saat menghitung jangka waktu kadaluarsa
4. Menentukan tempat terjadinya perjanjian

Mengingat pentingnya penentuan kapan saat lahirnya suatu perjanjian maka lahirnya teori-teori tentang kapan lahirnya suatu perjanjian.⁸⁸

1. Teori Pernyataan (*uitingstheorie*)

Menurut teori pernyataan, kesepakatan (*toesteming*) terjadi pada saat pihak yang menerima penawaran menyatakan bahwa ia menerima penawaran itu, misalnya pada saat menjatuhkan bolpoin untuk menyatakan menerima. Kelemahan teori ini adalah sangat teoretis karena dianggap terjadinya kesepakatan secara otomatis.

2. Teori Pengiriman (*verzendingstheorie*)

Menurut teori pengiriman, kesepakatan terjadi apabila pihak yang menerima penawaran mengirimkan telegram. Kelemahan terhadap

⁸⁸ Zakkiah. *Op.Cit.*Hal. 37-39.

teori ini, bagaimana hal itu bisa diketahui. Bisa saja, walaupun sudah dikirim tetapi tidak diketahui oleh pihak yang menawarkan. Teori ini juga sangat teoritis, dianggap terjadinya kesepakatan secara otomatis.

3. Teori Pengetahuan (*vernemingstheorie*)

Menurut teori pengetahuan bahwa kesepakatan terjadi apabila pihak yang menawarkan itu mengetahui adanya *acceptatie* (penerimaan). Akan tetapi, penerimaan itu belum diterimanya (tidak diketahui secara langsung). Kelemahan terhadap teori ini, bagaimana ia mengetahuinya isi penerimaan itu apabila ia belum menerimanya.

4. Teori Penerimaan (*ontvangstheorie*)

Menurut teori penerimaan bahwa *toesteming* terjadi pada saat pihak yang menawarkan menerima langsung jawaban dari pihak lawan.

Jika kehendak dinyatakan dengan benar maka pernyataannya akan sesuai dengan kehendaknya, dan pada umumnya memang pernyataan sesuai dengan kehendak. Namun tidak menutup kemungkinan juga terdapat ketidaksesuaian antara pernyataan dan kehendak. Sehingga muncul teori-teori untuk menganalisis munculnya kesepakatan tersebut berlandaskan kepada kehendak atau pernyataan, yaitu:⁸⁹

⁸⁹ Ibid. hal. 163

1. Teori kehendak (*wilstheorie*)

Menurut teori kehendak, bahwa perjanjian terjadi itu apabila ada persesuaian antara kehendak dan pernyataan. Apabila terjadi ketidakwajaran, kehendaklah yang menyebabkan terjadinya perjanjian.

2. Teori Pernyataan (*verklaringstheorie*)

Menurut teori ini kehendak merupakan proses batiniah yang tidak diketahui orang lain. Akan tetapi yang menyebabkan terjadinya perjanjian adalah pernyataan. Jika terjadi perbedaan antara kehendak dan pernyataan maka perjanjian tetap terjadi.

3. Teori Kepercayaan (*vertrouwenstheorie*)

Menurut teori ini tidak setiap pernyataan menimbulkan perjanjian, tetapi pernyataan yang menimbulkan kepercayaan saja yang menimbulkan perjanjian. Kepercayaan dalam arti bahwa pernyataan itu benar-benar dikehendaki. Menurut teori ini terbentuknya perjanjian bergantung pada kepercayaan atau pengharapan yang muncul dari pihak lawan sebagai akibat dari pernyataan yang diungkapkan.⁹⁰

2. Teori Tanggung Jawab Hukum

Konsep tanggung jawab hukum berkaitan erat dengan konsep hak dan kewajiban. Konsep hak merupakan suatu konsep yang menekankan

⁹⁰ Herlien Budiono. 2010. *Ajaran Umum Hukum Perjanjian dan Penerapannya di Bidang Kenotariatan*. Bandung: Citra Aditya.

pada pengertian hak yang berpasangan dengan pengertian kewajiban.⁹¹ Pendapat yang umum mengatakan bahwa hak pada seseorang senantiasa berkorelasi dengan kewajiban pada orang lain.⁹²

Sebuah konsep yang berkaitan dengan konsep kewajiban hukum adalah konsep tanggung jawab (pertanggung jawaban) hukum. Bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, artinya dia bertanggung jawab atas suatu sanksi bila perbuatannya bertentangan dengan peraturan yang berlaku.⁹³

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggung jawab hukum menyatakan bahwa seseorang bertanggung jawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau bahwa dia memikul tanggung jawab hukum, subjek berarti bahwa dia bertanggung jawab atas suatu sanksi dalam hal perbuatan yang bertentangan.⁹⁴ Teori tradisional dibedakan dua jenis tanggung jawab (pertanggung jawaban) yaitu: tanggung jawab yang didasarkan atas unsur kesalahan, dan tanggung jawab mutlak.⁹⁵

Secara umum, prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut :⁹⁶

⁹¹ Satjipto Rahardjo. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung Citra Aditya Bakti. hal.55

⁹² *Ibid*, hal. 57

⁹³ Hans Kelsen. 2006. *Teori Umum tentang Hukum dan Negara*. Bandung: Raja Grafindo Persada. hal. 95.

⁹⁴ *Ibid*, hal 81

⁹⁵ *Ibid*. hal 95

⁹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti. hal 92

a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (*Liability based on fault*)

Prinsip ini adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum perdata khususnya Pasal 1365, 1366, dan 1367 *Burgerlijk Wetboek* (BW). Secara umum, asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Dengan kata lain, tidak adil jika orang yang tidak bersalah harus mengganti kerugian yang diderita orang lain.⁹⁷

Perkara yang perlu dijelaskan dalam prinsip ini adalah defenisi tentang subjek pelaku kesalahan yang dalam doktrin hukum dikenal asas *vicarious liability* dan *corporate liability*.

Vicarious liability mengandung pengertian, majikan bertanggung jawab atas kerugian pihak lain yang ditimbulkan oleh orang atau karyawan yang dibawah pengawasannya. *Corporate liability* memiliki pengertian yang sama dengan *vicarious liability*. Menurut doktrin ini, lembaga yang menaungi suatu kelompok pekerja mempunyai tanggung jawab terhadap tenaga yang diperkerjakannya.⁹⁸

Persoalan semacam ini tidaklah sederhana, karena dalam praktek belum tentu setiap pengangkut bersedia akan mengakui kesalahannya. Jika demikian, maka pihak penumpang, pengirim atau penerima barang atau pihak ketiga tidak boleh bertindak sepihak dan harus dapat

⁹⁷ *Ibid*, hal 93

⁹⁸ *Ibid*, hal 94

membuktikan bahwa kerugian terjadi karena kesalahan pengangkut. Pembuktian tersebut dilakukan di Pengadilan untuk diputus oleh hakim.

b. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Apabila pihak tergugat tidak dapat membuktikan kesalahan pengangkut, maka ganti rugi tidak akan diberikan.⁹⁹ Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab. Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.¹⁰⁰

c. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut. Ada yang mengatakan tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Sebaliknya tanggung jawab absolut adalah tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya.¹⁰¹

Asas tanggung jawab mutlak merupakan salah satu jenis pertanggungjawaban Perdata (*Civil Liability*).¹⁰² Tanggung jawab perdata

⁹⁹ E. Suherman. 2000. *Aneka Masalah Hukum Kedirgantaraan (Himpunan Makalah 1961-1995)*. Bandung: Mandar Maju. Hal 37.

¹⁰⁰ *Ibid*, hal 95.

¹⁰¹ *Ibid*, hal 96.

¹⁰² Salim H.S. 2008. *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*. Jakarta: Sinar Grafika. hal 45.

merupakan suatu instrumen hukum perdata dalam konteks penegakan hukum untuk mendapatkan ganti kerugian pada kasus tersebut.

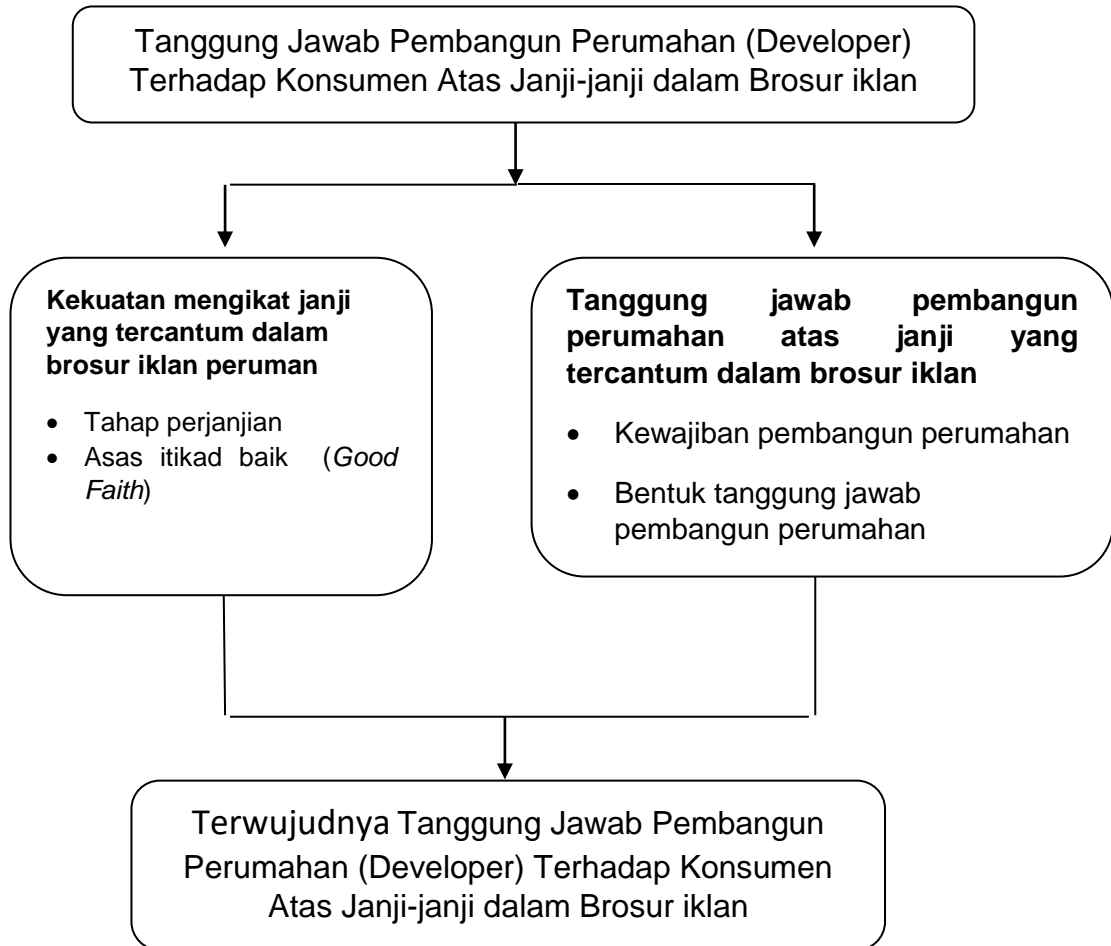
E. Kerangka Pikir

Judul dan pembahasan pada penelitian ini yaitu Tanggung Jawab Pembangun Perumahan (Developer) Terhadap Konsumen Atas Janji-janji yang tercantum dalam Brosur Iklan.

Pokok masalah pertama penelitian ini yaitu apakah janji yang tercantum dalam brosur iklan mengikat. Pokok masalah kedua penelitian ini yaitu apakah developer bertanggungjawab atas janji-janji yang tercantum dalam brosur iklan perumahan.

Indikator dari pokok masalah pertama adalah tahap perjanjian dan penerapan asas itikad baik. Sedangkan indikator pokok masalah kedua adalah kewajiban dan bentuk tanggung jawab dari pembangun perumahan. Pemilihan indikator pada setiap pokok masalah ini didasarkan pada teori lahirnya perjanjian dan teori tanggung jawab hukum. *Output* dari Penelitian ini adalah terwujudnya tanggung jawab pembangun perumahan terhadap konsumen atas janji-janji dalam brosur iklan.

Bagan Kerangka pikir



F. Definisi Operasional

1. Tanggung Jawab adalah beban yang harus ditanggung atau dipikul oleh seseorang atau lebih atas perbuatan yang telah dilakukan atau atas kepuasannya yang telah dikeluarkan.
2. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berkedudukan atau melakukan usaha kegiatan dalam Wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹⁰³
3. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁰⁴
4. Janji adalah pernyataan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.¹⁰⁵
5. Iklan adalah berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan.¹⁰⁶
6. Brosur adalah selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap.¹⁰⁷

¹⁰³ Pasal 1 angka (3) Undang-undang Perlindungan Konsumen

¹⁰⁴ Pasal 1 angka (2) Undang-undang Perlindungan Konsumen

¹⁰⁵ Ida Bagus Wyasa Putra. 2017. *Hukum Kontrak Internasional*. Bandung: Refika Aditama. Hal. 97.

¹⁰⁶ <http://kbbi.kamus.pelajar.id/arti-kata/iklan>

¹⁰⁷ <http://kbbi.kamus.pelajar.id/arti-kata/brosur>

7. Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi prasarana dan sarana lingkungan.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Pasal 1 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011