

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP  
KETIDAKSESUAIAN IKLAN PERUMAHAN BERSUBSIDI**

**JURNAL ILMIAH**



**Oleh :**

**FEBBY OCTARI**

**D1A117085**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS MATARAM  
MATARAM  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP  
KETIDAKSESUAIAN IKLAN PERUMAHAN BERSUBSIDI**

**JURNAL KARYA ILMIAH**



**Oleh :**

**FEBBY OCTARI**

**D1A117085**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Ab. Atsar", is written over a horizontal line.

**Dr. Abdul Atsar, S.H., M.H**  
**NIP. 19810216 2020121001**

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP  
KETIDAKSESUAIAN IKLAN PERUMAHAN BERSUBSIDI  
FEBBY OCTARI**

**D1A117085**

**Fakultas Hukum Universitas Mataram**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam hal ketidak sesuaian iklan perumahan bersubsidi. Dan pertanggung jawaban *developer* dalam memenuhi hak konsumen yang membeli rumah tidak sesuai promosi iklan. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen dapat dibagi menjadi 2 yakni perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif dan represif tercantum dalam beberapa peraturan perundang-undangan diantaranya UUPK, UU Penyiaran, Permendag No 50 Tahun 2020 tentang ketentuan perizinan usaha, periklanan, pembinaan dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik dan UU Nomor No 1 Tahun 2011 perumahan dan kawasan permukiman. Bentuk tanggungjawab yang dapat diberikan oleh pelaku usaha atau *developer* kepada konsumen atas ketidaksesuaian atau iklan yang menyesatkan adalah dibagi menjadi 2 yakni ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan ganti kerugian berdasarkan melawan hukum. dan pidana penjara. Ganti kerugian berdasarkan wanprestasi adalah ganti kerugian karena adanya pelanggaran terhadap isi perjanjian. Sedangkan sanksi pidana dapat dijatuhkan apabila *developer* tidak bertanggungjawab dan melarikan diri. pengaturan saksi pidana telah diatur dalam UUPK, UU Penyiaran, Permandag No 50 tahun 2020 dan UU perumahan dan permukiman.

**Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Iklan, Perumahan Subsidi**

*Abstract*

**LEGAL PROTECTION FOR CONSUMERS AGAINST SUBSIDIZED  
HOUSING ADVERTISEMENTS**

*Study This aim For know and analyze form protection law for consumer in matter no suitability advertisement housing area subsidized . And accountability developer's answer in fulfil right Buying consumers \_ House No in accordance promotion advertisement . Type study This is study law normative . Research results show that Protection Law Consumer can shared be 2 ie protection law Preventive and Repressive . Protection Law Preventive and Repressive listed in a number of regulation legislation including UUPK, Broadcasting Law , Permendag No 50 of 2020 concerning Provision Business Licensing , Advertising , Guidance and Supervision Internal Entrepreneurs \_ Trading Through System Electronics and Law No. 1 of 2011 Housing and Residential Areas . Form possible responsibility \_ given by the offender business or developers to consumer on discrepancy or misleading advertisement \_ is shared be 2 ie Change loss based on default and Change Loss based on Oppose law . and Criminal Prison . Change loss based on default is change loss Because exists violation to content agreement . Whereas penalty criminal can dropped if the developer doesn't take responsibility and run self . Arrangement witness criminal has arranged in UUPK, Broadcasting Law , Permandag No 50 of 2020 and Housing and Settlements Law.*

**Keywords: Consumer Protection, Advertising, Subsidized Housing.**

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis properti di Indonesia terkhususnya perumahan subsidi semakin hari semakin pesat, tidak terkecuali di Kota Mataram. Beberapa perusahaan properti terus menggagas strategi untuk memasarkan produk mereka, karena ini properti merupakan bisnis yang menguntungkan dan pasti dibutuhkan oleh semua orang karena berkaitan dengan kebutuhan dasar setiap orang.

Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan properti adalah memasang iklan diberbagai media. Baik media sosial maupun media cetak, namun akibat perkembangan teknologi dan informasi banyak perusahaan properti menggandeng jasa periklanan yang ada di sosial media untuk memasarkan produk properti mereka terhadap pembeli. Periklanan merupakan suatu bentuk promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan barang dan jasa yang dimilikinya.

Sebelum melaksanakan transaksi perumahan bersubsidi, konsumen kerap kali menjadikan iklan dan promosi sebagai media untuk mendapatkan informasi guna memperoleh rumah yang sesuai kebutuhan dan kemampuan daya beli yang diinginkannya. Besar harapan konsumen agar rumah yang telah dibelinya akan memiliki kualitas, kemampuan, dan fasilitas seperti yang diinformasikan *developer* melalui iklan dan promosi.

Namun, nyatanya dengan adanya persaingan usaha diantara *developer* mendorong para *developer* untuk bersaing secara tidak sehat, dengan membuat iklan yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Dengan

begitu akan sangat memberikan kerugian terhadap konsumen yang membeli perumahan subsidi tersebut. Oleh karena itu perlu diberikan perlindungan hukum agar konsumen dapat melakukan pembelaan atas permasalahan tersebut.

Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-undang perlindungan konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>1</sup>

Kepastian hukum berisi segala upaya untuk memberdayakan konsumen untuk memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya serta mempertahankan hak-haknya apabila konsumen merasa dirugikan oleh tindakan pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut sehingga Dalam hal ini peran perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting di mana dapat melindungi masyarakat yang mengalami kerugian karena penjual melakukan bisnis yang tidak sehat.<sup>2</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian iklan dengan judul “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI

---

<sup>1</sup> Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, Edisi Revisi, Jakarta, Prenadamedia Group, 2013, hlm 21-22.

<sup>2</sup> Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Perlindungan Konsumen Menurut UU No 8 Tahun 1999, <https://disperindag.sumbangprov.go.id/details/news/9218>, diakses pada 27 Maret 2023, Pukul 22.00 Wita.

## KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN IKLAN PERUMAHAN BERSUBSIDI”.

Berdasarkan uraian singkat tersebut, penyusun akan menentukan rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut 1. Bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian iklan perumahan bersubsidi?, 2. Bagaimana pertanggung jawaban perusahaan *developer* dalam memenuhi hak konsumen yang membeli rumah tidak sesuai promosi iklan?.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisa Untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam hal ketidak sesuaian iklan perumahan bersubsidi. Dan Untuk menganalisis pertanggung jawaban *developer* dalam memenuhi hak Konsumen yang membeli rumah tidak sesuai promosi iklan.

Manfaat penelitian ini adalah diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum sebagai sumbangan pikiran dalam rangka pengembangan wawasan dan pengkajian tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Iklan Perumahan Bersubsidi. Dan menjadi masukan bagi Pemerintah terkait dalam pemberian perlindungan hukum bagi konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum Normatif, dengan pendekatan penelitian Pendekatan perundang-undangan, Pendekatan Konseptual. Sumber bahan hukum dalam penelitian ini bersumber dari Bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Serta jenis bahan hukum terdiri

dari bahan hukum primer dan sekunder. Teknik pengumpulan bahan hukum yang disusun gunakan studi kepustakaan (*library research*). Analisis Bahan Hukum yang digunakan adalah menggunakan metode deskriptif analisis.

## II. PEMBAHASAN

### A. Bentuk Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Iklan Perumahan Bersubsidi

Persaingan yang begitu ketat, menyebabkan adanya pembuatan iklan yang kadang tidak sesuai dengan nyatanya, *developer* menjanjikan segala hal agar dapat menarik hati masyarakat untuk membeli produk perumahan dari perusahaannya. Banyak contoh iklan yang di siarkan baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Dengan adanya iklan yang tidak sesuai atau menyesatkan akan memberikan dampak negatif bagi konsumen yakni konsumen mengalami kerugian karena salah dalam memilih atau membeli barang atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi yang dijanjikan pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi oleh hukum. Usaha melindungi konsumen pertama-tama harus dilakukan melalui hukum. Harus diciptakan peraturan hukum untuk melindungi konsumen serta tanggung jawab pelaku usaha atau produsen.

Secara umum, Istilah perlindungan hukum merupakan istilah yang selalu dikaitkan dengan adanya pencederaan terhadap hak-hak anggota masyarakat baik yang dilakukan oleh sesama masyarakat, maupun oleh penguasa. Philipus M. Hadjon membedakan perlindungan hukum menjadi 2 (dua) macam, yakni :



## 1. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud mencegah suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban. Dengan perlindungan preventif merupakan bentuk perlindungan hukum yang diarahkan bagi terlindunginya hak seseorang dari kemungkinan terjadinya pelanggaran oleh orang lain atau pihak ketiga secara melawan hukum. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak, karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersikap hati-hati untuk mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi.<sup>3</sup>

Perlindungan hukum preventif telah dibentuk oleh pemerintah yakni dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Peraturan ini diharapkan Undang-Undang perlindungan konsumen bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas. Serta dapat meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian,

---

<sup>3</sup> Philipus M. Hadjon, 2011, Pengantar Hukum Administrasi Negara, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, hal.76.

kemampuan, serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab untuk tidak melakukan perbuatan yang dapat merugikan konsumen.

**a. Undang- Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Perlindungan hukum bagi konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, yaitu dengan adanya pengaturan dalam bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 5 mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dalam bab IV upaya UUPK untuk melindungi konsumen, yaitu terdapatnya aturan mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha yang mengiklankan produknya larangan-larangan tersebut dapat dilihat dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13 dan Pasal 17. Bentuk lainnya untuk melindungi konsumen, yaitu dengan dibentuknya badan perlindungan konsumen nasional (BPKN) yang diatur pada bab VIII UUPK dari Pasal 31 sampai Pasal 43.

**b. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran**

Selain diatur dalam UUPK, maka pengaturan tentang periklanan juga diatur dalam UU Penyiaran. Dalam salah satu Pasal yakni Pasal 46 Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Dalam Pasal 46 UU penyiaran, mengatakan bahwa siaran iklan terdiri atas siaran iklan niaga dan siaran iklan layanan masyarakat. Dalam hal ini pembahasan lebih pada iklan niaga, karena berkaitan dengan perdagangan perumahan subsidi.

Dalam pasal ini menjelaskan bahwa penyiaran iklan niaga harus dilakukan berdasarkan pada aturan KPI. Aturan yang mengatakan untuk tidak menyiarkan iklan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain, bahkan tidak boleh menyiarkan iklan rokok dan minuman beralkohol. Artinya bahwa dalam melakukan penyiaran iklan niaga, pelaku usaha harus dapat menampilkan iklan yang tidak menyesatkan atau memberikan informasi yang baik. Dikaitkan dengan iklan niaga perumahan subsidi,. Pelaku usaha juga tidak boleh menyebarkan iklan yang menyesatkan bagi konsumen dengan cara membuat iklan yang tidak sesuai dengan keadaan nyata.

**c. Permendag No 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik**

Perlindungan konsumen tidak hanya termaktub dalam UUPK, dan UU Penyiaran pengaturan lebih lanjut diatur dalam Permendag No 50 Tahun 2020 tentang ketentuan perizinan usaha, periklanan, pembinaan dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik dalam Pasal 16,17,18 dan 19 yang mencakup tentang pengaturan periklanan melalui elektronik.

Dalam melakukan promosi atau pengiklanan, *developer* selain menggunakan media cetak dalam bentuk brosur, juga

menggunakan media sosial untuk melakukan promosi atas barang/jasa yang akan diperdagangkan. Dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, berdampak pada perkembangan promosi yang sebelumnya hanya menggunakan brosur cetak yang harus disebar secara manual, namun sekarang promosi dapat dilakukan melalui sistem elektronik dengan hanya memposting satu iklan sudah dapat tersebar secara merata kepada konsumen.

#### **d. Undang-Undang Nomor 1 tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman**

Selain dalam UUPK, UU Penyiaran dan Permendag No 50 Tahun 2020 tentang ketentuan perizinan usaha, periklanan, pembinaan dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan hukum bagi konsumen juga diatur dalam UU Nomor 1 tahun 2011 tentang perumahan dan kawasan permukiman dalam Pasal 129 dan 130.

## **2. Perlindungan Hukum Represif**

Tujuan hukum dari perlindungan hukum represif adalah untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan dalam menyelesaikan sengketa tersebut dilakukan oleh badan peradilan yang berwenang baik secara absolut maupun relatif. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan litigasi dan non litigasi. Penyelesaian sengketa dengan litigasi diselesaikan melalui Pengadilan dan penyelesaian sengketa non litigasi dengan dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga

Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Sederhananya, perlindungan represif adalah perlindungan hukum yang berupa denda, penjara, dan hukuman tambahan. Berbeda dengan sebelumnya, perlindungan hukum represif hanya diberikan apabila sudah terjadi dilakukan dengan cara memberikan hukuman atau sanksi kepada orang yang melanggar. Tindakan represif juga ditujukan untuk mencegah kemungkinan terulangnya kembali pelanggaran terhadap norma dan nilai sosial yang berlaku dalam suatu kelompok masyarakat.

**a. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Dalam pemberian perlindungan secara represif yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, maka dalam UUPK pun mengatur terkait perlindungan represif. Adapun bentuk perlindungan represif dapat dilihat dalam Pasal 60-63 UUPK. Pada Pasal 60 dijelaskan bahwa dalam hal penyelesaian sengketa konsumen, maka Lembaga penyelesaian sengketa konsumen berhak untuk menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran atas 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26. Sanksi yang dijatuhkan berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Selain sanksi administratif, maka penjatuhan hukuman dapat berupa penjatuhan pidana, dimana yang termaktub dalam Pasal 61 dan Pasal 62. Dalam pasal 61 menyatakan penjatuhan pidana dapat dijatuhkan pada pelaku usaha atau pengurusnya. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

**b. Undang-Undang No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran**

Perlindungan represif bagi konsumen dalam UU No 32 Tahun 2002 tentang penyiaran diatur dalam Pasal 55, 57, 58 dan 59. Dalam Pasal 55 UU Penyiaran mengatur tentang penjatuhan sanksi administratif. Dalam Pasal ini sanksi administratif yang dapat dijatuhkan bagi pelaku usaha atau pengurusnya, apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran Pasal 15 ayat (2), Pasal 20, Pasal 23, Pasal 24, Pasal 26 ayat (2), Pasal 27, Pasal 28, Pasal 33 ayat (7), Pasal 34 ayat (5) huruf a, huruf c, huruf d, dan huruf f, Pasal 36 ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), Pasal 39 ayat (1), Pasal 43 ayat (2), Pasal 44 ayat (1), Pasal 45 ayat (1), Pasal 46 ayat (6), ayat (7), ayat (8), ayat (9), dan ayat (11), dikenai sanksi administratif.

**c. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, Dan**

### **Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik**

Perlindungan represif bagi konsumen dalam Permendag No 50 Tahun 2020 diatur dalam Pasal 39, Pasal 40. Dalam Pasal 39 mengatakan bagi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 33, ditemukan adanya pelanggaran terhadap ketentuan peraturan yang berlaku, maka pelaku usaha dikenakan sanksi administratif oleh menteri.

#### **d. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Perumahan Dan Kawasan Permukiman**

Perlindungan represif bagi konsumen dalam UU perumahan diatur dalam Pasal 150 dan Pasal 151. Dalam Pasal 150 menjelaskan bahwa Setiap orang yang menyelenggarakan perumahan dan kawasan permukiman yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 ayat (1), 29 ayat (1), Pasal 30 ayat (2), Pasal 34 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 36 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 38 ayat (4), Pasal 45, Pasal 47 ayat (2), ayat (3) dan ayat (4), Pasal 49 ayat (2), Pasal 63, Pasal 71 ayat (1), Pasal 126 ayat (2), Pasal 134, Pasal 135, Pasal 136, Pasal 137, Pasal 138, Pasal 139, Pasal 140, Pasal 141, Pasal 142, Pasal 143, Pasal 144, Pasal 145, atau Pasal 146 ayat (1) dikenai sanksi administrative.

#### **B. Tanggung Jawaban Perusahaan *Developer* Dalam Memenuhi Hak Konsumen Yang Membeli Rumah Tidak Sesuai Promosi Iklan.**

Munculnya tanggung jawab paling sering diakibatkan adanya informasi produk yang tidak sesuai antara iklan dengan kebenarannya. Dalam hal ini yang bertanggung jawab adalah pelaku usaha atau *developer* karena menyangkut suatu produk yang dijanjikan kepada konsumen melalui iklan. Dengan begitu konsumen dapat meminta pertanggung jawaban pelaku usaha atau *developer* di dasarkan pada *product liability*.

Oleh karena itu, jika terjadi ketidaksesuaian iklan dengan kebenarannya maka yang bertanggungjawab atas hal itu adalah pelaku usaha atau *developer* itu sendiri . jadi konsumen dapat langsung meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha atau *developer*. Tanpa harus memikirkan siapa pihak yang telah membuat dan mempublikasi iklan tersebut.

Dalam pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap iklan yang menyesatkan dapat dibagi menjadi 2 (dua) yakni:

**a. Tanggung jawab Ganti Kerugian Berdasarkan Wanprestasi**

Tuntutan yang didasarkan pada wanprestasi harus terlebih dahulu tergugat dan penggugat (konsumen dan pelaku usaha) terikat oleh suatu perjanjian. Ganti kerugian yang didasarkan karena wanprestasi dikarenakan tidak dipenuhinya kewajiban utama atau kewajiban tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban jaminan dalam perjanjian. Dalam tanggung gugat berdasarkan wanprestasi kewajiban mengganti kerugian tidak lain karena adanya penerapan klausula dalam perjanjian.



Ganti kerugian yang didasarkan pada wanprestasi dikarenakan tidak dipenuhinya prestasi oleh pelaku usaha atau *developer*. Maka pelaku usaha atau *developer* harus memberikan ganti kerugian tidak lain dikarenakan adanya penerapan klausula dalam perjanjian. Dalam klausul perjanjian yang telah dibuat pastinya akan ada pengaturan tentang obyek jual beli, spesifikasi teknis bentuk bangunan, kondisi wilayah bangunan.

Salah satu kasus yang pernah penyusun temukan, di Mataram, Mutiara sebagai konsumen yang melakukan pembelian perumahan subsidi di *developer* PT X, Mutiara diketahui telah melakukan pembayaran uang muka kepada *develover* sebagai bentuk kesepakatan awal untuk dilakukannya pembangunan perumahan subsidi, di dalam akad telah dikatakan bahwa perumahan diperkirakan akan jadi dalam waktu 24 bulan. Namun seiringan dengan berjalannya waktu, dari pihak *developer* tidak memenuhi prestasi dari yang dijanjikan, rumah yang dijanjikan akan jadi dalam waktu 24 bulan, namun ternyata belum dilakukan pembangunan.

Permasalahan ini dikatakan wanprestasi, karena pihak *developer* tidak memenuhi prestasi yang telah dibuat bersama. Dalam akad tertuang mengenai jangka waktu pembangunan dan penyelesaian rumah tersebut sampai dengan serah terima dalam waktu 24 bulan. karena tidak terpenuhinya isi perjanjian tentang jangka waktu pembangunan dan penyelesaian rumah, maka *developer* dapat dikatakan melakukan wanprestasi.

Bentuk tanggung jawab dari kerugian karena wanprestasi adalah ganti kerugian. Ganti kerugian juga diatur dalam surat perjanjian.

Adapun bunyi isi perjanjian tersebut adalah sebagai berikut:

Dalam pasal 6 apabila waktu maksimal sesuai Pasal 3, serah terima rumah tidak terpenuhi, pihak kedua menjamin sepenuhnya pengembalian uang yang telah dibayarkan oleh pihak pertama. Apabila pembatalan terjadi karena tidak terpenuhinya persyaratan Bank pemberi KPR, pihak pertama mengembalikan uang yang telah dibayarkan oleh pihak pertama dan hanya dipotong biaya registrasi sebesar Rp. 500.000.

Selain tanggungjawab yang tertera dalam perjanjian yang telah dibuat oleh developer dengan konsumen, maka tanggung jawab juga telah pelaku usaha apabila adanya iklan yang menyesatkan, maka dapat dilihat dari beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, diatur juga mengenai larangan perusahaan iklan terdapat dalam Pasal 13 tetapi mengenai pertanggungjawaban iklan tidak disebutkan, namun di dalam penjelasan Pasal 12 Undang-undang Pers disebutkan bahwa penanggung jawab adalah penanggung jawab meliputi bidang usaha dan bidang redaksi.

Dalam periklanan tanggung jawab pelaku usaha periklanan dapat timbul sebagai akibat pelanggaran terhadap larangan-larangan dalam UUPK sebagaimana diatur dalam pasal 9, pasal 10, pasal 12, dan pasal 13 yang berhubungan dengan berbagai macam larangan dalam melakukan penawaran, promosi maupun mengiklankan barang dan/atau

jasa, serta ketentuan pasal 17 UUPK yang khusus diperuntukan bagi perusahaan periklanan.

Tanggungjawab akan muncul apabila pelaku usaha atau *developer* melakukan pelanggaran terhadap Pasal-Pasal yang ada dalam UUPK, di antaranya meliputi Pasal 9, 10, 12 dan 13 yang membahas tentang berbagai larangan dalam membuat suatu iklan. Larangan-larangan tersebut jika dilanggar, maka akan menimbulkan akibat hukum yang mengakibatkan pelaku usaha atau *developer* akan menanggung tanggungjawab atas perilaku yang dibuat.

Tanggung jawab dalam UUPK terdapat pada pasal 20 yang menyatakan bahwa “pelaku usaha periklanan bertanggungjawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. Dalam pasal 20 ini dimana tentunya pelaku usaha periklanan bertanggungjawab dengan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Dimana tentunya pelaku usaha periklanan bertanggungjawab dengan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan, selain meminta ganti kerugian dari segi keperdataan, pidana ataupun administratif UUPK juga mengatur mengenai ganti kerugian yang dapat dilihat dalam pasal 19 UUPK.

#### **b. Tanggung Jawab Ganti Kerugian Berdasarkan Melawan Hukum**

Tuntutan yang didasarkan pada perbuatan melawan hukum, tuntutan ini tidak didasarkan pada isi perjanjian atau tidak terikat pada perjanjian, sehingga tuntutan dapat dilakukan oleh para pihak yang telah

dirugikan, untuk memenuhi tuntutan ganti kerugian, maka ganti kerugian tersebut harus didasarkan atau merupakan akibat dari perbuatan melanggar hukum yang harus memiliki unsur-unsur sebagai berikut, adanya perbuatan melanggar hukum, adanya kerugian, adanya kesalahan, adanya hubungan kausalitas antara perbuatan melawan hukum dan kerugian.

Dalam UUPK telah dijelaskan mengenai ketentuan-ketentuan iklan yang tidak diperbolehkan, namun apabila pelaku usaha periklanan melanggar ketentuan tersebut, maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 60 dan 62.

Suatu tindakan dapat dikatakan melawan hukum apabila munculnya suatu kesalahan dan adanya kerugian. Kerugian ini biasanya dapat berupa kerugian materiil. Dalam contoh terjadinya transaksi jual-beli perumahan komersil dengan iklan sebagai sumber informasi utama. Dalam isi perjanjian, dikatakan bahwa pengerjaan pembangunan rumah akan dilakukan dalam jangka waktu 6-8 bulan dari setelah adanya kesepakatan untuk membeli perumahan subsidi dan penyerahan uang muka. Namun seiring berjalannya waktu, pihak *developer* tidak melakukan pembangunan rumah sesuai dengan waktu telah ditentukan. Menyebabkan adanya perbuatan yang melawan hukum yang dilakukan oleh *developer*. Dan jika *developer* tidak bertanggung jawab atas permasalahan tersebut, maka *developer* telah dapat dikatakan merugikan konsumen dengan unsur penipuan.

### III. PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Iklan Perumahan Bersubsidi, maka dapat ditarik kesimpulan:

Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dibagi menjadi 2 yakni perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah untuk mencegah terjadinya pelanggaran. Dalam hal ini terdapat beberapa peraturan perundang-undangan diantaranya UUPK dalam Pasal 4, 5, dan Pasal 9, 10, 12, 13 dan 17, Pasal 46 UU Penyiaran, Permendag No 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Pasal 16, 17, 18, 19. Selain itu juga dalam UU Nomor No 1 Tahun 2011 Perumahan dan Kawasan Permukiman dalam Pasal 147, 148, 149 dan Pasal 151. Perlindungan hukum represif adalah perlindungan hukum dalam hal penyelesaian sengketa dilakukan dengan penjatuhan hukuman pada pelaku usaha atau pengurusnya, diantaranya dalam UUPK termaktub dalam Pasal 60- 63, UU Penyiaran Pasal 55, 57, 58. Permendag Nomor 50 Tahun 2020 dalam Pasal 39 dan 40 dan UU Perumahan dan Permukiman dalam Pasal 150 dan 151.

Bentuk tanggungjawab yang dapat diberikan oleh pelaku usaha atau *developer* kepada konsumen atas ketidaksesuaian atau iklan yang

menyesatkan adalah dibagi menjadi 2 yakni ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan ganti kerugian berdasarkan melawan hukum, dan pidana penjara, ganti kerugian berdasarkan wanprestasi adalah ganti kerugian karena adanya pelanggaran terhadap isi perjanjian. Sedangkan sanksi pidana dapat dijatuhkan apabila *developer* tidak bertanggungjawab dan melarikan diri. Pengaturan sanksi pidana telah diatur dalam UUPK, UU Penyiaran, Permandag No 50 tahun 2020 dan UU Perumahan dan Permukiman.

## **B. Saran**

Diharapkan bagi penyusun peraturan perundang-undangan untuk dapat menyusun peraturan terkait perlindungan konsumen lebih spesifik agar konsumen mendapatkan perlindungan yang maksimal. dan diharapkan untuk pemerintah dapat bekerjasama dengan BPKN dan LPKSM untuk menunjang pelaksanaan perlindungan hukum.

Diharapkan bagi Pelaku usaha untuk dapat meningkatkan pertanggungjawaban atas periklanan dalam mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan atau jasa dengan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang barang dan atau jasa tersebut kepada konsumen serta lebih memperhatikan ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku.

- Amiruddin dan H. Zainal Asikin, 2006, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada.
- Atsar Abdul, 2019, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Sleman, Depublish Publisher.
- Endipradja Firman Tumantara, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen Filosofi Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Politik Hukum Negara Kesejahteraan*, Malang, Setara Press.
- Harianto, Dedi, 2010, *Perlindungan hukum bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Bogor, Ghalia.
- Kristiyanti Celina Tri Siwi, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Marzuki, Peter Mahmud, 2013, *Penelitian Hukum, Jakarta, :Kencana Prenada*.
- Mu'in, Fatchul, 2014, *Pendidikan Karakter konstruksi teoritik dan Paraktik*, Ar-RuzzMedia, Yogyakarta.
- Narwanti, Sri, 2014, *Pendidikan Karakter*, Jogjakarta, Familia Pustaka Keluarga.
- Nasution, Bahder Johan, 2008, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung, Mandar Jaya.
- R.soeroso, 2013, *Pengantar Ilmu Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika.
- Shofie, Yusuf, 2002, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukum*, Bandung Citra Aditya.
- Soekanto Soerjono & Sri Mamudji, 2009, *Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta, PT.:Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisi, Jakarta, Prenadamedia Group.

### Jurnal

- A.A Ngr Agung Gd Parmadi, 2018, *Implementasi Kebijakan Program Rumah Bersubsidi di Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng*, Volume 3 No 1, Jurnal Administrasi Publik.

Ambar Lukitaningsih, 2013, *Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran*, Vol 13 No 2, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan.

Anthon Fathanuedien, 2015, Pertanggungjawaban Terhadap Konsumen Atas Iklan-Iklan Yang Menyesatkan Di Era Globalisasi, Vol. 2 No. 2, Jurnal Unifikasi.

Budi Setiawan, Ferdi, dan Iyah Faniyah, 2018, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Informasi Iklan Perumahan Yang Menyesatkan Dalam Perjanjian Kepemilikan Rumah Pada PT. Bangun Persada Sejahtera, Volume 1, Issue 1, Unes Law Review.

Johannes Gunawan, 2001, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal Hukum Bisnis.

Khotbatul Laila, 2017, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Iklan Yang Melanggar Tata Cara Periklanan", Vol.8, No.1 , Jurnal Cakrawala Hukum.

Novi Erlita, 2016, *Potret Periklanan Di Media Massa Indonesia*, Volume 5, Nomor 2, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*.

Tulus Siambaton, dan Yosua Lorenzo Tarigan, 2020, Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan Pada Media Cetak, Volume: 01, No 02, *Visi Ilmu Sosial dan Humaniora (VISH)*.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

LN 1999/No 22 TLN No 3821 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen.

LN. 2002/ No. 139, TLN NO. 4252 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

LN. 1999/ No. 166, TLN NO. 3887 Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. LN.2019/NO.258, TLN NO.6446, PP No Nomor 89 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

BN.2020/No.498, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 Tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.