

**KEDUDUKAN IKLAN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI RUMAH**

**SKRIPSI**



**Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Disusun Oleh:**

**NAMA : RR ASTA GHERBY FIRLANY**

**NIM : 20130610227**

**Bagian : Dagang**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**KEDUDUKAN IKLAN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI RUMAH**

**SKRIPSI**

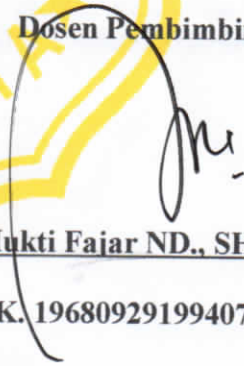
Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 14 Agustus 2017

Yang terdiri dari :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

  
Dr. Danang Wahyu M., SH., M.Hum.

  
Dr. Mukti Fajar ND., SH., M.Hum.

NIP : 19690528199409 153 002

NIK. 19680929199407 153 019

**HALAMAN PENGESAHAN**

**KEDUDUKAN IKLAN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI RUMAH**

**SKRIPSI**

Telah diujikan dihadapan tim penguji pada tanggal tanggal 26 Agustus 2017  
Yang terdiri dari :

Ketua

  
Fadia Fitriyanti, SH., M.hum., M.Kn

NIK : 19711127199603 153 026

Anggota

Anggota

  
Dr. Mukti Fajar ND., SH., M.Hum.

NIK. 19680929199407 153 019

  
Dr. Danang Wahyu M., SH., M.Hum.

NIP : 19690528199409 153 002

Mengesahkan

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



DR. TRISNO RAHARJO, S.H., M.Hum

NIK. 19710409199702 153 028

## **PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rr Asta Gherby Firlany

NIM : 20130610227

Judul Skripsi : **KEDUDUKAN IKLAN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI RUMAH**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemaparan dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat ketidakbenaran dari pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 30 Agustus 2017

Rr Asta Gherby Firlany

## HALAMAN MOTTO

***“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila  
engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplh bekerja keras  
(untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau  
berharap.” (QS. Al-Insyirah,6-8)***

**“Always Do what you are afraid to Do” - Unknown**

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk  
merubah dunia” (Nelson Mandela)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Sujud syukur ku persembahkan pada ALLAH yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang:*

Kedua orang tua ku Papa ( Drg. Kusmawan Wiradikusuma Sp. Prost ) dan Mamaku ( Drg. Yayuk Sri Rahayu Ningsih, MM., MH ) Tercinta yang tak pernah lelah memberikan dukungan dan doa dengan tidak bosan-bosannya, serta memberi motivasi dan pengorbanan dalam hidup ini. Terimakasih Papa Mamaku ...

Kakak ku tercinta ( Dr. R Caesar Ramadhian Perdana Wiradikusuma ) yang selalu memberikan semangat. Terimakasih kakak ku ...

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “KEDUDUKAN IKLAN DALAM PERJANJIAN JUAL BELI RUMAH” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budianto, M.P. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
2. Bapak Dr. Trisno Raharjo, S.H., M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
3. Bapak Dr. Leli Joko Suryono, S.H., M.Hum. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
4. Ibu Fadia Fitriyanti S.H., M.Hum., M.Kn., Selaku Dosen Ketua, atas kritik, saran, serta bimbingannya dalam memberikan masukan-masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;

5. Bapak Dr. Danang Wahyu M., S.H., M.Hum., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 , yang selalu memberikan waktu bimbingan dan segala saran, kritik, dalam memberikan masukan-masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
6. Bapak Dr. Mukti Fajar ND, S.H., M.Hum. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 , yang selalu memberikan waktu bimbingan dan segala saran, kritik, dalam memberikan masukan-masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik;
7. Seluruh Dosen-dosen Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan Ilmunya selama ini tanpa kenal lelah;
8. Untuk Sahabat-sahabat yang selalu mengisi hari-hariku selama 4 tahun perkuliahan, Tisa Kartika, Tiara Yuda, Elfira Jistica, Bella Rosita, Amalia Hapsari, Novia Yuko, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu semoga kita semua dapat menjadi orang yang sukses di kemudian hari.
9. Untuk Imam Abdul Aziz terimakasih yang selalu ada, dan membantu saat saya mendapatkan kesulitan dan memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Rekan-rekan se angkatan Fakultas Hukum S1 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Terimakasih telah menjadi teman seperjuangan.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan yang perlu dilengkapi, sehingga diperlukan saran saran yang membangun demi kesempurnaan.

Akhirnya Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 30 Agustus 2017

Penulis

## **ABSTRAK**

Karya Ilmiah yang berjudul “Kedudukan Iklan Dalam Perjanjian Jual Beli Rumah” yang dilatar belakangi oleh permasalahannya yaitu seberapa mengikatnya iklan terhadap produsen atau pengembang. Iklan mempunyai kekuatan hukum yang mengikat atas dasar janji yang ditawarkan oleh produsen atau pengembang.

UU No. 8 Tahun 1999 telah menekankan bahwa asas itikad baik memang sudah harus ada dan diterapkan di dalam tahap prakontraktual, pengembang dituntut untuk memiliki itikad baik terhadap konsumen ketika menawarkan, mempromosikan ataupun menyebarluaskan informasi atas suatu barang dan/atau jasa melalui iklan.

Penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif yaitu penelitian yang mengacu pada norma-norma hukum yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan mengikat atau tidaknya iklan terhadap pengembang dalam perjanjian jual beli rumah. Dalam penelitian ini juga akan dibahas upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen untuk mendapatkan haknya memperoleh rumah sesuai dengan iklan yang diperoleh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan memiliki kekuatan hukum yang mengikat yang timbul baik didasarkan pada iklan sebagai sebuah bentuk penawaran maupun mengikat atas dasar ketentuan di dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan penerapan asas itikad baik pada tahap prakontraktual.

**Kata Kunci** : Iklan, Perjanjian, Jual Beli

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAKSI .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Perumusan Masalah .....	3
3. Tujuan Penelitian .....	3
4. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian .....	5
1. Pengertian Perjanjian .....	5
2. Obyek dan Subyek Perjanjian .....	9
3. Syarat Sahnya Perjanjian.....	11
4. Asas-Asas Perjanjian.....	17

5. Wanprestasi .....	21
6. Overmacht .....	24
B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli .....	25
1. Pengertian Perjanjian Jual beli .....	25
2. Hak dan Kewajiban para pihak Perjanjian Jual beli.....	26
3. Berakhirnya Perjanjian Jual Beli.....	27
C. Tinjauan Umum Tentang Iklan .....	28
1. Definisi Iklan.....	28
2. Tujuan Iklan .....	30
3. Fungsi Iklan.....	32
4. Jenis Iklan .....	34
5. Kode Etik Periklanan.....	35
D. Tinjauan Umum Tentang Perumahan .....	36
1. Definisi Perumahan.....	36
2. Asas dan Tujuan Perumahan.....	38
3. Pihak-Pihak Yang Terlibat Dalam Proses Pengembangan .....	40
4. Faktor Pertimbangan Dalam Membeli Sebuah Rumah.....	40
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Pendekatan Masalah.....	45
C. Jenis Data dan Bahan Hukum .....	46
D. Teknik Pengumpulan Bahan Penelitian .....	47

E. Metode Analisis .....	47
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>78</b>
A. Iklan Mengikat Produsen (Pengembang) Dalam Perjanjian Jua Beli Rumah .....	48
B. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Jika Iklan Yang Dibuat Oleh Produsen (Pengembang) Tidak Sesuai Dengan Yang Diterima Oleh Konsumen Perumahan .....	63
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	82

**DAFTAR PUSTAKA**