

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Iklan Mengikat Produsen (Pengembang) Dalam Perjanjian Jual Beli Rumah.

1. Kekuatan Hukum Iklan Dalam Perjanjian Menurut KUH Perdata

Iklan merupakan salah satu tahap dari pemasaran rumah, yang tiap tahap itu bagaikan mata rantai yang saing berhubungan dan jaringannya akan terputus jika salah satu mata rantai itu lemah. Iklan menjadi tahap yang penting yang sama pentingnya dengan tahap-tahap dalam proses pemasaran.

Pada prinsipnya, iklan mengikat secara hukum diantara produsen dan konsumen. Kekuatan mengikat itu timbul sebab iklan dapat dianggap sebagai sebuah bentuk penawaran dan juga atas dasar hukum atau undang-Undang yang memang menentukan demikian. Pengaturan hukum perjanjian pada umumnya menganggap bahwa iklan itu merupakan sebuah bentuk penawaran (*offer*), sehingga ketika ada penerimaan (*acceptance*) terhadap penawaran itu, maka persetujuan itu telah tercapai/kata sepakat telah terjadi. Hal ini sejalan dengan ketentuan di dalam *The Principles of European Contract Law 2002 Art. 2.201(3)* yang menyatakan bahwa suatu tawaran untuk menyediakan barang atau jasa dengan harga yang telah tercantum, yang dibuat oleh seorang penyedia/pemasok barang atau jasa yang profesional, dalam iklan layanan masyarakat atau katlog, dianggap menjadi suatu penawaran (*offer*) untuk

menjual atau memasok barang dan/atau jasa telah habis. Selanjutnya Tams Djayakusumah juga mengatakan bahwa secara hukum, periklanan adalah salah satu bentuk spesialisasi publisistik yang bertujuan untuk mempertemukan satu pihak yang menawarkan sesuatu dengan pihak lain yang membutuhkannya. Dengan demikian iklan itu sebenarnya berfungsi untuk menawarkan (*offer*) barang atau jasa agar digunakan oleh pihak lain.

Iklan merupakan salah satu contoh penawaran yang dilakukan secara tertulis. Di dalam hukum perjanjian menurut KUHP Perdata, berlaku ketentuan bahwa salah satu syarat untuk terbentuknya perjanjian secara sah ialah harus terdapat kata sepakat dari kedua belah pihak. Secara implisit, syarat kata sepakat ini sebenarnya mengandung dua unsur, yaitu penawaran dan penerimaan. Di dalam proses untuk mencapai kata sepakat, para pihak saling menyatakan kehendak masing-masing. Ketika penawaran dari salah satu pihak diterima oleh pihak lain, maka kata sepakat sebenarnya telah terjadi.

Hal ini sejalan dengan asas konsensualisme sebagaimana terkandung di dalam Pasal 1320 KUH Perdata dimana perjanjian itu telah lahir sejak detik tercapainya kesepakatan diantara para pihak mengenai pokok perjanjian. Asas konsensualisme menentukan adanya perjanjian. Di dalam asas ini terkandung kehendak para pihak untuk saling mengikatkan diri dan menimbulkan kepercayaan (*reliance*) diantara para pihak terdapat pemenuhan perjanjian. Oleh karena itu, ketika para pihak telah membuat suatu perjanjian dan

menandatanganinya, maka seyogyanya haruslah telah ada kata sepakat atau persesuaian pernyataan kehendak diantara para pihak yang membuat perjanjian sedemikian, yang mana menjadi dasar untuk dapat menyatakan bahwa perjanjian itu sah menurut hukum. Bahkan dalam perjanjian jual beli, Pasal 1458 KUH Perdata menyatakan bahwa jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelah sepakat mengenai barang dan harganya. Oleh karena itu, iklan sebenarnya melekat (menjadi bagian) di dalam perjanjian jual beli, sebab penawaran (iklan) dan penerimaan itulah yang mewujudkan kesepakatan timbal balik (persesuaian pernyataan kehendak) di antara para pihak. Hal ini sejalan dengan pendapat Taufik H. Simatupang yang mengatakan bahwa kedudukan hukum iklan adalah sebagai janji/unsur dari perjanjian yang memberikan implikasi hukum dari iklan tersebut.⁵⁴

Oleh karena itu, bila memang seorang pembeli tertarik untuk membeli sesuatu barang karena adanya janji-janji yang dimuat di dalam iklan/brosur dan dia percaya (*rely on*) pada janji-janji itu, hingga akhirnya si pembeli melakukan suatu penerimaan (*acceptance*) dengan membeli barang itu dan mengadakan perjanjian jual beli terhadap penjual, maka sebenarnya disanalah ada suatu persesuaian pernyataan kehendak diantara penjual dan pembeli itu.

Penjual berkehendak untuk menawarkan barangnya supaya dibeli oleh calon

⁵⁴Taufik H. Simatupang, 2004, *Aspek Hukum Periklanan, dalam Perpektif Perlindungan Konsumen*, cet. 1, Bandung; PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 30

pembeli, kemudian dia nyatakan secara tertulis melalui iklan. Sementara pembeli berkehendak membeli barang sesuai dengan yang dijanjikan di dalam brosur dan dia nyatakan dengan bersedia membeli barang itu. Atas dasar adanya suatu persesuaian pernyataan kehendak itulah sebenarnya lahir suatu hubungan kontraktual diantara para pihak, sehingga iklan dalam hal ini merupakan suatu bentuk penawaran dan menjadi bagian (melekat) di dalam perjanjian jual beli itu, kecuali memang di dalam perjanjian pengikatan jual beli secara tegas ada klausula yang menyatakan bahwa hal-hal yang dinyatakan di dalam iklan/brosur tidaklah mengikat. Namun, seandainya pun ada klausula sedemikian dan pembeli merasa dirugikan karena ternyata apa yang dinyatakan di dalam iklan/brosur tidaklah sesuai dengan kenyataannya, maka tetap ada suatu kewajiban prakontraktual (*precontractual liability*) dari si penjual untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

Sekalipun Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata tidak menyebutkan secara tegas bahwa itikad baik berlaku pula pada tahap prakontraktual, namun di dalam perkembangannya haruslah ditafsirkan bahwa itikad baik memang sudah harus ada dan diterapkan pada tahap ketika si penjual menawarkan atau menjanjikan sesuatu hal melalui iklan/brosur kepada setiap calon pembeli. Apalagi hakim berwenang mencampuri isi perjanjian jika dirasakannya tidak adil, sehingga menunjukkan bahwa sebenarnya itikad baik itu berlaku pada tahap prakontraktual.

Di Indonesia, substansi hukum perlindungan konsumen secara khusus diatur di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disingkat UU No. 8 Tahun 1999), meskipun terdapat undang-undang lain yang materinya juga melindungi kepentingan konsumen. Hanya saja undang-undang ini pada prinsipnya hanya dapat diterapkan dalam konteks hubungan antara pelaku usahadan konsumen, yang cenderung memiliki posisi tawar (*bargaining position*) yang tidak seimbang. Pelaku usaha diatur Pasal 1 angka 3 dan konsumen Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hal ini dijelaskan bahwa :

Pasal 1 angka 3, menjelaskan bahwa :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan 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”.

Pasal 1 angka 2, menjelaskan :

“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”.

Sampai saat ini, belum ada undang-undang yang mengatur secara khusus perihal periklanan. Namun demikian, tinjauan yuridis yang berkaitan dengan iklan dapat ditinjau dari beberapa pasal di dalam UU No. 8 Tahun 1999.

Berdasarkan Pasal 8 ayat (1) huruf f, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 19 ayat (1), Pasal 62 ayat (1) dan Pasal 7 huruf a UU No. 8 Tahun 1999, terlihat bahwa secara yuridis, konsumen yang selama ini lebih sering mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang menyebarkan informasi secara tidak benar melalui iklan, telah mendapat jalan legal untuk memperjuangkan hak-hak mereka yang dilanggar. Hal ini tercermin dari adanya ketentuan pasal-pasal yang melarang pelaku usaha untuk mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Menurut penulis, bila ditafsirkan substansi Pasal 8 ayat (1) huruf f dan Pasal 9, secara tegas sebenarnya menunjukkan bahwa hal-hal atau janji-janji yang dimuat di dalam iklan haruslah benar adanya, bertanggung jawab dan sesuai dengan kenyataannya, dalam arti undang-undang menentukan secara tidak langsung bahwa iklan itu seyogyanya mengikat secara hukum ketika konsumen itu dirugikan akibat iklan sedemikian. Bahkan Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa pelaku usaha juga harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas segala kerugian yang dialami konsumen. Ditambah lagi sanksi pidana pun dapat diberikan bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8 dan Pasal 9 UU No. 8 Tahun 1999 tersebut.

UU No. 8 Tahun 1999 ini juga telah mematahkan doktrin *privity of contract* (asas kepribadian) yang membuat seorang produsen yang menyebarkan janji-janji yang tidak benar melalui brosur, tidak dapat dituntut karena tidak adanya hubungan hukum diantara produsen dan konsumen. Dengan berlakunya UU No. 8 Tahun 1999, sebagaimana yang diatur di dalam Pasal 24, maka setiap pelaku usaha, baik prinsipal, agen, distributor, dealer, dan pengecer yang menjual barang dan jasa secara langsung ataupun melalui pedagang perantara kepada konsumen bertanggung jawab terhadap kualitas barang dan jasa tersebut dan kerugian yang diderita konsumen, selama barang itu tidak mengalami perubahan.⁵⁵ Oleh karena itu, pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain akan tetap bertanggung jawab atas tuntutan ganti kerugian dan/atau gugatan konsumen sekalipun tidak memiliki hubungan kontraktual dengan konsumen yang bersangkutan.

Bila dikaitkan dengan asas itikad baik di dalam tahap prakontraktual, secara implisit pada dasarnya UU No. 8 Tahun 1999 telah menekankan bahwa asas itikad baik memang sudah harus ada dan diterapkan di dalam tahap prakontraktual sebagaimana tercermin dari ketentuan pasal-pasal sebagaimana yang disebutkan di atas, walaupun sebenarnya tidak ada ketentuan di dalam pasal-pasal yang secara eksplisit menyatakan demikian. Untuk itu, meskipun belum ada suatu hubungan kontrak diantara pelaku usaha dan konsumen,

⁵⁵ Suharnoko, 2009, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, cet. 6, Jakarta: Prenada Media Group, hlm. 49

setiap pelaku usaha tentunya akan dituntut untuk memiliki itikad baik terhadap konsumen ketika menawarkan, mempromosikan ataupun menyebarluaskan informasi atas suatu barang dan/atau jasa melalui iklan. Dengan demikian, pada dasarnya janji-janji yang dimuat di dalam iklan itupun seyogyanya memiliki kekuatan hukum yang mengikat atas dasar adanya itikad baik itu. Menurut Suharnoko, dengan berlakunya UU No. 8 Tahun 1999, sebagaimana yang didukung oleh ketentuan Pasal 9, Pasal 62 dan Pasal 19, maka sebenarnya secara implisit UU No. 8 Tahun 1999 sudah mengakui bahwa itikad baik sudah harus ada sebelum ditandatangani perjanjian, sehingga janji-janji prakontraktual dapat diminta pertanggungjawaban berupa ganti rugi, apabila janji itu diingkari.

Kemudian, bila iklan memang dikatakan mengikat secara yuridis, tentu akan menjadi suatu persoalan ketika seorang konsumen yang dirugikan hendak mengajukan gugatan ganti rugi dan menjadikan iklan (brosur) sebagai dasar gugatannya. Pada dasarnya, baik gugatan ganti rugi atas dasar wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum, keduanya dapat diajukan.

Pada hakikatnya, bila pihak yang dirugikan (konsumen) karena janji-janji iklan yang dinyatakan oleh seorang produsen tidaklah benar dan tidak sesuai dengan kenyataannya, hendak menggugat pihak yang menimbulkan kerugian (produsen) atas dasar kualifikasi wanprestasi, maka terlebih dahulu haruslah dibuktikan bahwa ada hubungan kontraktual diantara produsen dan

konsumen. Dengan pengertian, ada perikatan yang lahir atas dasar perjanjian diantara kedua belah pihak.⁵⁶

Atas dasar adanya hubungan kontraktual sedemikian, konsumen dapat mengajukan gugatan wanprestasi dengan iklan/brosur sebagai dasar gugatannya. Dalam hal ini, konsumen harus mendalilkan dan mendasarkan pada teori bahwa iklan mengikat sebagai sebuah bentuk penawaran (*offer*). Dengan demikian, jika pihak yang dirugikan (konsumen) hendak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menimbulkan kerugian (produsen) atas dasar wanprestasi guna memenuhi janji-janji (kewajiban) produsen sebagaimana yang dinyatakan di dalam iklan/brosur, maka konsumen itu pada prinsipnya haruslah menunjukkan atau membuktikan bahwa memang ada hubungan kontraktual secara langsung antara dirinya dengan produsen tersebut. Kemudian, jika iklan/brosur dijadikan sebagai dasar gugatan di dalam gugatan konsumen atas dasar wanprestasi, konsumen haruslah mendalilkan bahwa iklan memang mengikat sebagai sebuah bentuk penawaran (*offer*) dan iklan itu menjadi bagian (melekat) di dalam perjanjian jual beli. Pada dasarnya konsep sedemikian dapatlah ditinjau dari ilustrasi kasus berikut. Misalnya, pihak developer perumahan X menyatakan di dalam brosur penjualannya bahwa di perumahan X akan ada fasilitas kolam renang. Kemudian A (pembeli) menjadi tertarik membeli rumah di perumahan X atas dasar adanya

⁵⁶ J. Satrio, 1999, *Hukum Perikatan, Perikatan Pada Umumnya*, Bandung: Alumni, hlm. 43

fasilitas kolam renang itu. A percaya pada iklan tersebut dan mengadakan perjanjian jual beli rumah dengan pihak developer perumahan X. Ternyata setelah membayar lunas harga rumah itu, pihak developer perumahan X tidak juga membangun fasilitas kolam renang tersebut, sehingga dalam hal ini A merasa dirugikan. A dapat mengajukan gugatan ganti kerugian atas dasar wanprestasi kepada pihak developer perumahan X sebab ada hubungan kontraktual diantara mereka. Bila A mendasarkan gugatannya pada brosur, maka A haruslah mendalilkan bahwa iklan itu memiliki kekuatan hukum yang mengikat sebagai sebuah bentuk penawaran dari pihak developer perumahan X sehingga ketika adanya akseptasi dari A, disana lah persetujuan itu telah tercapai dan ada persesuaian pernyataan kehendak diantara para pihak, yang meliputi pula segala janji-janji yang ditawarkan oleh pihak developer perumahan X di dalam brosurnya. Dengan demikian, sekalipun tidak dicantumkan di dalam perjanjian pengikatan jual beli, fasilitas kolam renang itu melekat (menjadi bagian) dari perjanjian tersebut.

Gugatan perbuatan melawan hukum didasarkan pada suatu perikatan yang lahir dari undang-undang yang mungkin tidak dikehendaki oleh para pihak, tetapi hubungan hukum dan akibat hukumnya ditentukan oleh undang-undang. Jadi, perikatan ini muncul karena kehendak dari pembuat undang-undanglah yang menjadi dasar lahirnya perikatan.

Seorang konsumen yang dirugikan atas tindakan produsen yang mengiklankan sesuatu hal yang tidak benar dan tidak sesuai dengan

kenyataannya, namun konsumen tersebut tidak memiliki hubungan kontraktual secara langsung dengan produsen itu, maka konsumen itu tetaplah dapat menuntut suatu ganti kerugian kepada produsen itu sebagai pihak yang menimbulkan kerugian, akan tetapi bukanlah atas dasar wanprestasi, melainkan atas dasar perbuatan melawan hukum, sebab undang-undanglah yang menimbulkan hubungan hukum dan akibat hukum sedemikian. Dengan tidak adanya hubungan kontraktual diantara konsumen dan produsen, maka konsumen haruslah mendalilkan bahwa iklan mengikat atas dasar UU No. 8 Tahun 1999 dan/atau atas dasar asas itikad baik pada tahap prakontraktual (*precontractual liability*) sebagai dasar gugatan perbuatan melawan hukum yang diajukannya.

Di dalam Pasal 1365 KUH Perdata dinyatakan “tiap perbuatan melawan hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”. Pasal 1365 KUH Perdata tersebut tidak memberikan perumusan dan tidak pula mengatur tentang perbuatan melawan hukum, melainkan yang diatur adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk dapat menuntut ganti kerugian karena perbuatan melawan hukum.⁵⁷ Oleh karena itu, dari ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata, dapat diketahui bahwa suatu perbuatan melawan hukum

⁵⁷MA. Moegni Djojodirdjo, 1982, *Perbuatan Melawan Hukum*, cet. 2, Jakarta: Pradnya Paramita, hlm. 18

barudapat dituntut penggantian kerugian apabila telah memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Perbuatan itu harus melawan hukum
 - 2) bertentangan dengan hak orang lain;
 - 3) bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku;
 - 4) bertentangan dengan kesusilaan; atau
 - 5) bertentangan dengan kewajibannya untuk memperhatikan kepentingan diri dan hartanya orang lain di dalam pergaulan hidup.
- b. Perbuatan itu harus menimbulkan kerugian
- c. Perbuatan itu harus dilakukan dengan kesalahan
- d. Perbuatan itu harus ada hubungan kausal (sebab akibat)⁵⁸

Dengan demikian, untuk menyatakan seorang produsen telah melakukan suatu perbuatan melawan hukum, maka unsur-unsur sedemikian secara kumulatif haruslah dibuktikan. Namun, pada dasarnya UU No. 8 Tahun 1999 telah menganut prinsip tanggung gugat berdasarkan kesalahan dengan beban pembuktian terbalik. Hal ini dapat dilihat dari ketentuan di dalam Pasal 28 yang menyatakan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

⁵⁸ P.N.H. Simanjuntak, 2009, *Pokok-Pokok Hukum Perdata Indonesia*, cet. 4, Jakarta: Djambatan, hlm. 353-354.

Oleh karena itu, seorang konsumen yang tidak memiliki hubungan kontraktual dengan produsen dan hendak mengajukan gugatan ganti rugi dengan iklan/brosur sebagai dasar gugatannya, maka ia dapat menggugat ganti rugi atas dasar perbuatan melawan hukum. Hal ini dapat ditinjau dari ilustrasi kasus sebagai berikut. Misalnya, A tertarik dengan sebuah iklan tarif murah dari Perusahaan telepon seluler X yang menyatakan bahwa setelah pukul 00.00, sms dan telepon tidak dikenakan pulsa. Kemudian A membeli paket perdana dari kartu telepon seluler X itu di sebuah supermarket karena tertarik dan percaya pada iklan tersebut. Ternyata, setelah digunakan pada waktu yang telah ditentukan, A mengalami kerugian karena pulasanya ternyata habis. Dengan kata lain, program tarif murah tersebut tidaklah sesuai dengan keterangan yang ada pada flyer (brosur) yang diperolehnya. Dalam hal ini, A tidak mempunyai hubungan kontraktual dengan Perusahaan telepon seluler X. Akan tetapi, bila brosur itu dijadikan sebagai dasar gugatan, A tetap dapat menuntut ganti rugi atas dasar perbuatan melawan hukum dengan mendalilkan bahwa iklan mengikat menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sebab, di dalam Pasal 10 huruf (a) dikatakan bahwa pelaku usaha dilarang mengiklankan pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Dengan demikian, unsur melawan hukum atas dasar bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku telah terbukti dengan dilanggarnya ketentuan di dalam Pasal 10 huruf (a) UU No. 8 Tahun 1999.

Adapun iklan sebagai dasar gugatan ganti rugi, apabila :

a. Wanprestasi

- 5) Ada hubungan kontraktual diantara produsen dan konsumen;
- 6) Dasar gugatannya ialah iklan mengikat sebagai sebuah bentuk penawaran (*offer*);

b. Perbuatan Melawan Hukum

- 1) Tidak ada hubungan kontraktual diantara produsen dan konsumen. Konsumen hanya memiliki hubungan kontraktual dengan agen, distributor, dealer, atau pengecer serta tidak memiliki hubungan kontraktual secara langsung dengan produsen (prinsipal);
- 2) Dasar gugatannya ialah iklan mengikat atas dasar UU No. 8 tahun 199 tentang perlindungan konsumen dan/atau atas dasar asas itikad baik pada tahap prakontraktual;

Hanya saja di dalam perkembangannya, perbedaan diantara gugatan wanprestasi dan perbuatan melawan hukum ini tampaknya mulai menipis atau tidak lagi dibedakan secara tajam. Pada prinsipnya, orang melakukan wanprestasi kalau ia tidak memenuhi kewajiban perikatannya dan tindakan atau sikapnya itu dapat dipersalahkan kepadanya. Akan tetapi, menurut J. Satrio, kiranya semua orang sependapat bahwa “tidak memenuhi kewajiban perikatan” merupakan tindakan yang bertentangan dengan kewajiban orang untuk memperhatikan kepentingan hartanya orang lain dalam pergaulan hidup (asas kepatutan, ketelitian serta sikap hati-hati), dan karenanya merupakan

perbuatan melawan hukum juga. Jadi, sebenarnya baik wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum kedua-duanya merupakan tindakan/sikap yang *onrechmatig*(melawan hukum).⁵⁹ Begitu juga perkembangan dalam praktik putusan-putusan pengadilan menunjukkan bahwa terjadinya pergeseran teori tersebut dikarenakan hubungan kontraktual Penggugat dan Tergugat tidak menghalangi diajukannya gugatan perbuatan melawan hukum, sebagaimana misalnya dapat dilihat dari Putusan Mahkamah Agung RI No. 1284K/Pdt/1998 dalam perkara Lee Kum Kee co Ltd. Hongkong v. PT Dua Berlian Jakarta.

Oleh karena itu, sebenarnya tidak tertutup kemungkinan bahwa untuk peristiwa yang sama terbuka kemungkinan tuntutan baik atas dasar wanprestasi maupun atas dasar perbuatan melawan hukum, karena suatu tindakan mungkin sekali melanggar kewajiban kontraktual dan sekaligus juga tidak patut. Hal ini terlihat ketika iklan itu dianggap mengikat sebagai sebuah bentuk penawaran dan menjadi bagian di dalam perjanjian diantara produsen dan konsumen, maka gugatan wanprestasi-lah yang lebih tepat jika produsen tidak melaksanakan kewajiban yang diperjanjikannya itu. Namun demikian, bila didasarkan bahwa produsen itu di dalam hubungan kontraktual sedemikian, tidak beritikad baik untuk melaksanakan perjanjian atau dianggap melanggar kepatutan di dalam masyarakat, maka sebenarnya bukan tidak

⁵⁹ J. Satrio, 1993, *Hukum Perikatan Perikatan yang lahir dari Undang-Undang Bagian Pertama*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 35

mungkin produsen itu dapat digugat ganti rugi atas dasar perbuatan melawan hukum.

2. Iklan Mengikat Produsen Dalam Perjanjian Jual Beli Rumah

Suatu perjanjian yang dimuat di sebuah Iklan mempunyai kekuatan yang mengikat. Dimana apabila perjanjian dan kenyataannya tidak sesuai dengan isi perjanjian seperti yang telah dimuat di dalam iklan, maka konsumen dapat menggugat pihak yang bersangkutan sesuai dengan Pasal 1491 KUH Perdata penjual berkewajiban untuk menjamin tidak adanya kecacatan tersembunyi dari barang yang dijualnya dan menurut Pasal 1504 “Penjual harus menanggung barang itu terhadap cacat tersembunyi, yang sedemikian rupa sehingga barang itu tidak dapat digunakan tujuan yang dimaksud, atau yang demikian mengurangi pemakaian, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membelinya atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang”. Selain itu pihak yang bersangkutan (development) dapat dikenakan Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen mengandung suatu ketentuan yang menyatakan, bahwa pelaku usaha dilarang untuk memproduksi 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.

Dengan demikian berdasarkan uraian tersebut di atas, hendaknya selaku konsumen sebelum melakukan suatu perjanjian (Jual beli rumah) maka terlebih dahulu harus mempelajari dokumen-dokumen jual beli rumah antara

konsumen dan pengembang (developer), misalnya iklan Surat Pemesanan, Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB) dan dokumen-dokumen lainnya serta harus mempelajari dan mengkaji dokumen maupun fakta yang ada di lapangan untuk mendapatkan suatu fakta hukum apakah banjir dalam perumahan itu adalah murni karena peristiwa alam atau karena terdapat kesalahan pengembang (developer) dalam pelaksanaan pembangunan perumahan tersebut.

B. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Konsumen Jika Iklan Yang Dibuat Oleh Produsen (Pengembang) Tidak Sesuai Dengan Yang Diterima Oleh Konsumen Perumahan

Iklan atau informasi tidak benar dan tidak jujur yang telah dilakukan oleh pengembang perumahan terhadap konsumen perumahan tentu saja dapat merugikan pihak konsumen. Sebagai pihak yang dirugikan, konsumen perumahan dapat melakukan berbagai upaya hukum untuk memperjuangkan haknya.

Berdasarkan Pasal 5 UUPK terdapat aturan mengenai hak-hak konsumen yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana salah satu hak tersebut adalah hak untuk mendapat advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut jika pelaku usaha melakukan pelanggaran. Dengan demikian, konsumen perumahan dapat mengajukan upaya hukum atas pelanggaran yang telah dilakukan oleh

pengembang perumahan atas informasi yang tidak sesuai dari iklan pemasaran perumahan.

Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen jika iklan yang dibuat oleh produsen (pengembang) tidak sesuai dengan yang diterima oleh konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan

- b. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa.

Layaknya suatu sengketa lainnya, dalam sengketa konsumen perumahan akibat informasi menyesatkan yang dilakukan oleh pengembang, para pihak dapat mengupayakan penyelesaian sengketa secara damai. Dasar hukum penyelesaian sengketa konsumen secara damai tersebut adalah Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan: "Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa".

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu pelaku usaha dan konsumen, tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, dan sepanjang tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Bahkan dalam penjelasan pasal tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dari penjelasan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki agar penyelesaian damai, merupakan upaya hukum yang justru harus terlebih dahulu diusahakan oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK atau badan peradilan.⁶⁰

c. Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/BPSK

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah di tiap-tiap Kabupaten/Kota untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Uraian mengenai kelembagaan dan keanggotaan, tugas dan wewenang, serta penyelesaian sengketa oleh BPSK dapat ditemukan secara khusus dalam Bab XI Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu Pasal 49 sampai dengan Pasal 58. Tata cara penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK diatur dalam UU No 8 Tahun 1999 jo 53 Kepmenperindag No 350/MPP/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

⁶⁰ Adi Nugroho, Susanti, 2008, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Kencana, hlm. 99

Berdasarkan Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai tugas dan wewenang BPSK, yaitu sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.
- 2) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
- 3) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.
- 4) Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- 5) Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 6) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
- 7) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 8) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- 9) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud angka 7 dan angka 8, yang tidak bersedia memenuhi panggilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

- 10) Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokume, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
- 11) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidaknya kerugian di pihak konsumen.
- 12) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
- 13) Menjatuhkan saksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen BPSK membentuk majelis dengan jumlah anggota yang harus berjumlah ganjil yaitu terdiri dari sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur, dan dibantu oleh seorang panitera. Menurut ketentuan Pasal 54 ayat (4) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ketentuan teknis dari pelaksanaan tugas majelis BPSK yang menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen akan diatur tersendiri oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Lembaga penyelesaian sengketa yang dilaksanakan melalui BPSK ini memang dikhususkan bagi konsumen perorangan yang memiliki perselisihan dengan pelaku usaha. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah, dan murah. Cepat karena undang-undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja, BPSK wajib memberikan putusannya. Mudah karena

prosedur administratif dan proses pengambilan putusan yang sangat sederhana. Murah terletak pada biaya perkara yang terjangkau.

Melalui BPSK, konsumen perumahan dapat memperoleh kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian dari pengembang perumahan. Melalui BPSK pula, konsumen perumahan memperoleh jaminan agar tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen akibat informasi yang menyesatkan dari pihak pengembang perumahan. Ukuran kerugian materi yang dialami konsumen ini didasarkan pada besarnya dampak dari penggunaan produk barang/jasa tersebut terhadap konsumen. Bentuk jaminan yang dimaksud adalah berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut.

Berdasarkan UUPK menentukan apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.⁶¹

Berikut ini adalah tahap-tahap penyelesaian sengketa konsumen yang ditempuh oleh konsumen perumahan apabila menyelesaikan sengketanya dalam hal informasi atau iklan yang tidak sesuai oleh pengembang melalui BPSK, yaitu :

⁶¹*Ibid*, hal.103)

1) Tahap Pengajuan gugatan

Konsumen perumahan yang merasa dirugikan oleh pengembang perumahan dapat mengadakan informasi atau iklan yang menyesatkan kepada BPSK, baik secara langsung, diwakili kuasanya, maupun oleh ahli warisnya. Pengaduan yang disampaikan oleh kuasanya atau ahli warisnya hanya dapat dilakukan apabila konsumen yang bersangkutan dalam keadaan sakit, meninggal dunia, lanjut usia, belum dewasa, atau warga Negara asing. Pengaduan tersebut dapat disampaikan secara lisan atau tulisan kepada sekretariat BPSK di kota/kabupaten tempat domisili konsumen, namun untuk wilayah Sukoharjo belum dibentuk BPSK.

Apabila permohonan (pengaduan) telah memenuhi persyaratan dan diterima, maka Ketua BPSK harus memanggil pelaku usaha secara tertulis selambat-lambatnya 3 (tiga) hari kerja sejak diterimanya permohonan. Apabila pada hari persidangan yang telah ditentukan, pelaku usaha tidak hadir memenuhi panggilan, maka sebelum melampui 3 (tiga) hari kerja sejak pengaduan, pelaku usaha dapat dipanggil sekali lagi.

Apabila pelaku usaha hadir, maka konsumen memilih cara penyelesaian sengketanya yang harus disetujui oleh pelaku usaha. Cara yang dapat dipilih dan disepakati para pihak adalah konsiliasi, mediasi, atau arbitrase. Jika cara yang dipilih para pihak adalah

konsiliasi atau mediasi, maka Ketua BPSK segera menunjuk majelis sesuai ketentuan untuk ditetapkan sebagai konsiliator atau mediator. Jika cara yang dipilih para pihak adalah arbitrase, maka prosedurnya adalah para pihak memilih arbiter dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pelaku usaha dan konsumen sebagai anggota majelis. Arbiter yang terpilih memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai ketua majelis. Persidangan pertama dilaksanakan selambat-lambatnya hari kerja ketujuh sejak diterimanya permohonan.

2) Tahap Persidangan

a) Persidangan dengan cara konsiliasi

Konsiliasi merupakan suatu proses penyelesaian sengketa di antara para pihak dengan melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak memihak. Konsiliator hanya melakukan tindakan seperti mengatur waktu dan tempat pertemuan para pihak, mengarahkan subyek pembicaraan, membawa pesan dari satu pihak kepada pihak lain jika pesan tersebut tidak mungkin disampaikan langsung oleh para pihak. Bagaimanapun juga penyelesaian sengketa model konsiliasi mengacu pada pola proses penyelesaian sengketa secara konsensus antar pihak, di mana pihak netral dapat berperan secara aktif maupun tidak aktif. Konsiliator dapat mengusulkan solusi penyelesaian sengketa, tetapi tidak berwenang memutus perkara.

Konsumen perumahan dengan pengembang perumahan harus menyatakan persetujuan atas usulan pihak ketiga tersebut dan menjadikannya sebagai kesepakatan penyelesaian sengketa.

Penyelesaian sengketa melalui konsiliasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa, yaitu konsumen perumahan dengan pengembang perumahan, dengan didampingi majelis BPSK yang bertindak pasif sebagai konsiliator. Majelis BPSK menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada para pihak baik mengenai bentuk maupun jumlah ganti kerugian. Hasil musyawarah yang merupakan kesepakatan antar konsumen perumahan dengan pengembang perumahan yang bersengketa selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh para pihak yang bersengketa, dan diserahkan kepada majelis untuk dituangkan dalam keputusan majelis BPSK yang menguatkan perjanjian tersebut

b) Persidangan dengan cara mediasi

Mediasi merupakan proses negosiasi penyelesaian sengketa atau pemecahan masalah dimana pihak-pihak ketiga yang tidak memihak bekerjasama dengan para pihak yang bersengketa membantu memperoleh kesepakatan perjanjian yang memuaskan.

Penyelesaian sengketa melalui mediasi dilakukan sendiri oleh konsumen perumahan dengan pengembang perumahan yang

bersengketa dengan didampingi mediator. Mediator menyerahkan sepenuhnya proses penyelesaian sengketa kepada para pihak, baik mengenai bentuk maupun besarnya ganti kerugian atau tindakan tertentu untuk menjamin tidak terulangnya kembali kerugian konsumen perumahan. Dibandingkan dengan proses penyelesaian sengketa melalui konsiliasi, mediator bertindak lebih aktif dengan memberikan nasehat, petunjuk, saran, dan upaya-upaya dalam menyelesaikan sengketa.

Mediator dapat minta diperlihatkan alat bukti surat dan/atau dokumen lain yang mendukung dari kedua belah pihak. Atas persetujuan para pihak atau kuasanya, mediator dapat mengundang seorang atau lebih saksi atau saksi ahli dalam bidang tertentu untuk memberikan penjelasan mengenai hal-hal yang terkait dengan sengketanya. Jika proses mediasi menghasilkan suatu kesepakatan, para pihak dengan bantuan mediator wajib merumuskan secara tertulis kesepakatan yang dicapai dan ditandatangani oleh para pihak.⁶²

Hasil musyawarah yang merupakan kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa, selanjutnya dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis, yang ditandatangani oleh para

⁶²*Ibid*, hal. 110

pihak yang bersengketa dan diserahkan kepada majelis BPSK untuk menguatkan perjanjian tersebut. Putusan tersebut mengikat kedua belah pihak. Putusan majelis dalam konsiliasi dan mediasi tidak memuat sanksi administrative.⁶³

c) Persidangan dengan cara arbitrase

Pengertian arbitrase menurut Undang-Undang No 30 Tahun 1999 adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar pengadilan, yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa Riskin dalam *Cambridge Law Journal* menyatakan:

”Arbitration is form of adjudication in which the neutral decision maker is not a judge or an official of an administrative agency”

Terjemahannya adalah sebagai berikut :

“Arbitrase adalah bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan di mana pembuat keputusan berada dalam posisi yang netral dan bukan merupakan hakim atau dari lembaga administrasi”

Penyelesaian sengketa konsumen perumahan melalui arbitrase dapat dilakukan dengan cara konsumen dan pengembang perumahan memilih arbiter dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pelaku usaha dan konsumen sebagai anggota majelis. Arbiter yang telah dipilih oleh para pihak kemudian memilih arbiter ketiga dari anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah sebagai

⁶³Ibid, hal. 111

ketua. Pada persidangan pertama ketua majelis wajib mendamaikan kedua belah pihak yang bersengketa. Jika terjadi perdamaian, majelis wajib membuat putusan dalam bentuk penetapan perdamaian. Namun apabila tidak tercapai perdamaian, maka persidangan dimulai dengan membacakan isi gugatan konsumen Perumahan dan surat jawaban dari pengembang perumahan. Ketua majelis BPSK harus memberikan kesempatan yang sama kepada kedua belah pihak yang bersengketa untuk menjelaskan hal-hal yang dipersengketakan, yaitu iklan yang tidak sesuai dari pengembang perumahan yang diterima konsumen perumahan.

Pada persidangan pertama sebelum pembacaan surat jawaban dari pelaku usaha, konsumen dapat mencabut gugatannya dengan membuat surat pernyataan pencabutan perkara. Dalam hal demikian, maka majelis wajib mengumumkan bahwa gugatan dicabut. Apabila pelaku usaha dan/atau konsumen tidak hadir dalam persidangan pertama, maka majelis memberikan kesempatan terakhir pada persidangan kedua dengan membawa alat bukti yang diperlukan. Persidangan kedua diselenggarakan selambat-lambatnya dalam waktu 5 hari kerja terhitung sejak persidangan pertama dan diberitahukan kepada konsumen dan pelaku usaha, dengan surat panggilan oleh sekretariat BPSK. Bilamana pada persidangan kedua konsumen tidak hadir maka

gugatannya dinyatakan gugur demi hukum. Sebaliknya, jika pelaku usaha yang tidak hadir, maka gugatan konsumen dikabulkan oleh majelis tanpa kehadiran pelaku usaha.⁶⁴

Dalam proses penyelesaian sengketa konsumen perumahan oleh BPSK, beban pembuktian ada pada pengembang perumahan, namun pihak konsumen juga harus mengajukan bukti-bukti untuk mendukung gugatannya. Setelah mempertimbangkan pernyataan dari kedua belah pihak dan hasil pembuktian, maka majelis BPSK memberikan putusan.

2. Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Proses Litigasi

Pasal 45 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa "Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum." Ketentuan ayat berikutnya menyatakan bahwa "Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa". Kemudian Pasal 48 UUPK dengan jelas menyatakan bahwa "Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mangacu pada ketentuan peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam pasal 45."

⁶⁴*Ibid*, hal. 117

Secara normatif pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 19 ayat 1,2 UUPK). Ketentuan ini merupakan upaya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dengan demikian dapat ditegaskan apabila konsumen menderita kerugian sebagai akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha, berhak untuk menuntut tanggung jawab secara perdata kepada pelaku usaha.⁶⁵

Konsumen perumahan yang merasa dirugikan atas informasi dari pengembang perumahan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Dengan memperhatikan Pasal 48 UUPK, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku. Dengan demikian, proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri dilakukan seperti dalam mengajukan gugatan sengketa perdata biasa dengan

⁶⁵ Harjono, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menderita Kerugian Dalam Transaksi Properti Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Pada Pengembang Perumahan Pt. Fajar Bangun Raharja Surakarta)," Yustisia Edisi Nomor 68 (Mei - Agustus 2006), hlm. 6

mengajukan gugatan ganti kerugian, baik berdasarkan perbuatan melawan hukum, gugatan ingkar janji/wanprestasi atau pun kelalaian dari pengembang perumahan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen perumahan.

Gugatan perdata ini diajukan melalui pengadilan negeri di tempat kedudukan konsumen. Dengan berlakunya UUPK, maka konsumen yang akan mengajukan gugatan kepada pelaku usaha, tidak mengajukan gugatan melalui pengadilan negeri di tempat kedudukan pelaku usaha yang menjadi tergugat, sebagaimana yang diatur dalam Pasal 118 HIR, tetapi diajukan kepada pengadilan negeri di tempat kedudukan konsumen sebagai penggugat. Dengan berlakunya UUPK, ketentuan Pasal 23 jo Pasal 45 UUPK ini merupakan *lex specialis* terhadap HIR/RBg. Sesuai dengan adagium "*lex specialis derogat lex generalis*", yang berarti ketentuan khusus menyimpangkan ketentuan umum, maka ketentuan Pasal 23 jo Pasal 45 UUPK adalah ketentuan acara yang harus diterapkan dalam rangka pengajuan gugatan oleh konsumen kepada pelaku usaha. Terhadap putusan pengadilan negeri tersebut, dapat diajukan banding dan kemudian kasasi, sebagaimana perkara perdata biasa.⁶⁶

Untuk konsumen perumahan dapat menggugat pengembang perumahan ke Pengadilan Negeri setempat. Adapun dasar gugatan yang dapat diajukan adalah perbuatan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*). Berdasarkan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata(KUHPerdata)

⁶⁶Susanti Adi Nugroho, 2008, *Op.Cit*, 127

yang dimaksud dengan perbuatan melawan hukum adalah tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian bagi orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian, mengganti kerugian tersebut. Dinamakan perbuatan melawan hukum apabila perbuatan itu bertentangan dengan hukum pada umumnya. Berdasarkan ketentuan dalam pasal 1365 KUH Perdata disebutkan bahwa: “tiap perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang bersalah menimbulkan kerugian, mengganti kerugian tersebut.” Berdasarkan rumusan pasal tersebut, suatu perbuatan dikatakan melawan hukum apabila memenuhi empat unsur yaitu:

1. Perbuatan itu harus melawan hukum (onrechtmatig);
2. Perbuatan itu harus menimbulkan kerugian;
3. Perbuatan itu harus dilakukan dengan kesalahan;
4. Antara perbuatan dan kerugian yang timbul harus ada hubungan kausal.

Kerugian yang ditimbulkan itu harus disebabkan karena perbuatan yang melawan hukum itu, antara lain kerugian-kerugian dan perbuatan itu harus ada hubungan langsung dan kerugian itu disebabkan karena kesalahan pembuat. Kesalahan adalah apabila pada pelaku ada kesengajaan atau kealpaan (kelalaian). Perbuatan melawan hukum tidak hanya terdiri atas satu perbuatan, tetapi juga dalam tidak berbuat sesuatu. Dalam KUH Perdata ditentukan pula bahwa setiap orang tidak saja bertanggung jawab terhadap kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri, tetapi juga terhadap

kerugian yang ditimbulkan karena perbuatan orang-orang yang ditanggungnya, atau karena barang-barang yang berada dibawah pengawasannya. Tindakan pengembang perumahan terhadap konsumen perumahan dapat digolongkan perbuatan melawan hukum, karena memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. adanya pelanggaran atas ketentuan Pasal 7 huruf b dan d jo Pasal 9 jo Pasal 10 huruf c UUPK mengenai pemberian informasi yang tidaksesuai atas kualitas bangunan rumah perumahan.
- b. adanya kesalahan yang dilakukan pengembang perumahan dalam brosur iklan yang tidak memberikan informasi kualitas bangunan secara jelas dan jujur.
- c. adanya kerugian yang diderita oleh konsumen perumahan atas informasi yang menyesatkan mengenai kualitas bangunan dari pengembang perumahan.