

Kajian Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terkait Promosi Iklan Perumahan di Kota Ternate

Inrico Bobby Pattipeiluhu

Advokat & Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Kahirun, email: inricop@icloud.com

Nam Rumkel

Dosen Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Kahirun email: namrumkel@gmail.com

Suwarti

Dosen Program Studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Khairun, Email: warti730@gmail.com

Abstract

PT Dagymoi Properti Indonesia as a housing business actor in Ternate City in every housing marketing activity to consumers mostly provides housing advertising promotions through print media (newspapers) and social media (Facebook, WA Grub and others). Factors Obstacles to Housing Consumer Protection in Ternate City is the legal structure factor, namely the absence of a consumer settlement agency in the Region, namely the non-governmental consumer protection agency in North Maluku Province both in the City and Regency, as well as the legal awareness factor that has become a culture for housing business actors. PT. Dagymoi Properti Indonesia usually responds to consumer complaints in order to improve the condition of housing buildings. It is necessary to establish a non-governmental consumer protection agency (LPKSM) in North Maluku Province at both the City and Regency levels, so that the housing business actor of PT. Dagymoi Properti Indonesia is not against the rights and interests of housing consumers.

Keyword: Protection; Consumers; Business Actors

PENDAHULUAN

Pelanggaran terhadap hak konsumen disebabkan beberapa faktor, diantaranya faktor sikap pelaku usaha yang sering memandang konsumen sebagai pihak yang lemah dan dipengaruhi untuk mengonsumsi segala bentuk barang/jasa yang ditawarkan. Kurangnya pemahaman masyarakat sebagai hak-hak konsumen terhadap hak-haknya, apabila hak konsumen diabaikan, konsumen tidak bisa berbuat apa-apa karena memang tidak mengetahui. Ketika konsumen sadar telah dirugikan justru tidak mengerti bagaimana tata cara pengaduan dan penuntutan atas hak-haknya.¹

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang kemudian disebut dengan UUPK sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 ayat 3, menentukan hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, ayat tersebut telah memberikan jaminan perlindungan hukum dan kepastian hukum atas segala bentuk informasi melalui iklan yang telah dipromosikan oleh pelaku usaha. Iklan dimaksudkan untuk menyampaikan informasi secara benar pada konsumen yang didasari pedoman yang telah ada, oleh karena itu Undang - Undang Perlindungan Konsumen memberikan batasan secara tegas

¹ Happy Susanto, (2008), *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta, Visi Media, hal 16

kepada pelaku usaha periklanan yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi, mempergunakan iklan yang menyesatkan dalam memproduksi barang dan/atau jasanya.² Batasan yang diberikan Undang - Undang perlindungan konsumen juga dapat dinyatakan sebagai bentuk perlindungan hukum konsumen terhadap pelaku usaha.³

Dalam ketentuan Pasal 10 UUPK diatas menggambarkan di mana pernyataan menyesatkan mengenai harga, kegunaan, kondisi, tanggungan, jaminan, tawaran potongan harga, hadiah, serta bahaya penggunaan barang dan/atau jasa dapat berpengaruh ketika konsumen memilih produk yang diiklankan. Namun hal ini seringkali terjadi iklan yang dipromosikan oleh pelaku usaha di Kota Ternate terdapat iklan yang tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya baik itu melalui iklan mediai cetak, media elektronik, dan media sosial lainnya. Kenyataan bahwa setiap iklan yang di informasikan tidak sesuai dengan yang diharapkan, iklan yang seharusnya menyampaikan kepada konsumen mengenai informasi atas suatu produk barang atau jasa secara jelas, jujur dan bertanggung jawab, namun pada kenyataannya masih sering dijumpai bentuk - bentuk iklan yang merugikan konsumen, misalnya untuk iklan perumahan DI Kota Ternate. iklan-iklan tersebut juga memberikan janji yang meyakinkan kekhususan suatu barang atau jasa kepada konsumen. Sesungguhnya hal ini telah bertentangan dengan Undang-Undang perlindungan konsumen dalam Pasal 10 Bab IV tersebut, yakni dengan cara menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan. Seperti halnya harga atau tarif suatu barang dan jasa, Kegunaan suatu barang atau jasa, Kondisi suatu barang termasuk ganti rugi atas suatu barang atau jasa, tawaran potongan harga, maupun bahaya penggunaan barang atau jasa. Bila merujuk pada Pasal 10 UUPK Ketentuan tersebut jelas menjelaskan larangan bagi pelaku usaha untuk mengiklankan barang atau jasa kepada konsumen, jika keberadaanya iklan oleh pelaku usaha yang tidak sesuai dengan kualitas barang atau jasa tersebut, maka ini menimbulkan perbuatan yang melanggar hukum oleh pelaku usaha. Karena bertentangan dengan Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, apabila didalam isi iklan tersebut dapat menyesatkan dan menggelabui konsumen yang di promosikan tidak sesuai dengan informasi iklan tersebut.

Uraian latar belakang tersebut dapat ditemukan bahwa pelaku usaha yang memberikan informasi melalui promosi iklan terhadap suatu harga, kualitas dan kuantitas suatu barang, secara hukum menunjukan pelanggaran hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi benar dan jelas. Sebagaimana tertuang dalam Pasal 1, Pasal 4, Pasal 9 Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 17 dan Pasal 2, kemudian Pasal 42 dan Pasal 43 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kota Ternate merupakan salah satu Kota berpenduduk terpadat dari Kabupaten dan Kota yang berada di Propinsi Maluku Utara, sehingga kepadatan penduduk menjadi rujukan bagi Developer perumahan untuk menjadikan perumahan sebagai investasi, berhubungan dengan kepadatan penduduk sangat berpengaruh pada tingkatan kebutuhan hunian rumah bagi masyarakat terutama lahan, apalagi di Kota Ternate lahan atau tanah sangat memiliki nilai jual yang sangat tinggi, sehingga dengan lahan yg kurung serta harga tanah dan kebutuhan perumahan, sehingga developer perumahan menjadikan investasi perumahan sebagai lahan bisnis menggiurkan.

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian hukum yang digunakan adalah penelitian hukum empiris, yaitu penelitian yang mencakup identifikasi hukum dan efektifitas hukum. Dengan pertimbangan penelitian ini tetap berpangkal pada Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen serta perundang-undangan laini yang saling berkaitan. Penelitian ini peneliti lakukan di Kota Terate yang bertempat di kantor pelaku usaha perumahan (Developer perumahan), dan lingkungan perumahan di Kota Ternate, antara lain Kelurahan Soa, Kelurahan Ngade, Kelurahan Sabia dan perumahan Tubo, lokasi atau tempat penelitian dapat peneliti tentukan sebagaimana dengan

² Susanti Adi Nugroho,(2011),*Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Kencana, Jakarta, hal. 1

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, (2009),*Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hal 135

tempat-tempat yang menjadi sasaran pengumpulan data terhadap konsumen pengguna perumahan di Kota Ternate. Teknik analisa data menghasilkan kesimpulan penulisan yang benar - benar akurat dan mencapai kebenaran ilmiah sesuai dengan permasalahan yang diteliti, maka bahan hukum yang telah penulis peroleh melalui studi kepustakaan (*library research*) dan studi lapangan yang bersumber dari data primer dan sekunder, akan diolah dan dianalisa secara kualitatif dengan menggunakan metode deduktif, yakni menggambarkan, menguraikan dan menganalisis permasalahan yang peneliti analisis.

ANALISIS

Perlindungan Konsumen Perumahan dalam Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang UUPK terhadap pelaku usaha Perumahan dalam mengiklankan barang dan jasa kepada Konsumen di Kota Ternate.

1. Pelaku Usaha Perumahan

Pertumbuhan perekonomian di Kota Ternate yang cukup tinggi berpengaruh pada salah satu bisnis yang sangat dibutuhkan warga kota ternate yaitu usaha perumahan. Usaha perumahan atau Developer yang merupakan salah satu pelopor bisnis dalam bidang jasa yang mengedepankan kepuasan konsumen. Mengingat jasa perumahan merupakan salah satu kebutuhan pokok dengan fungsi utamanya sebagai penyedia tempat hunian atau tempat tinggal bagi konsumen dengan jasa pelayanan dan berbagai macam fasilitas yang disediakan.

Sebelum masuk pada hak-hak konsumen perlu peneliti jelaskan bahwa Developer PT. Dagymoi Properti Indonesia Ternate Maluku Utara, dan PT Bintang Utama Kieraha dalam setiap kegiatan pemasaran perumahan tetap melalui informasi iklan, baik itu melalui media cetak yakni koran, brosur, pamflet dan poster, dan media sosial melalui Facebook, Instgram, dan WA Grub, dari setiap media yang dijadikan sarana pemasaran pasti mengiklankan bentuk dan konstruksi perumahan mulai dari harga, bentuk perumahan atau tipe perumahan, volume perumahan dan lokasi perumahan dan fasilitas pendukung perumahan lainnya.

Mekanisme memperoleh perumahan yang ditawarkan oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia, bahwa PT. Dagymoi Properti Indonesia bekerja sama dengan beberapa Bank diantaranya, Bank BTN, BNI, Mandiri, dan Bank BRI, sebagai mitra kerja, sebagaimana dikatakan oleh Ibu Siti Nursyafah Syah sebagai Manager HRD, yang ditunjuk PT. Dagymoi Properti Indonesia Ternate Maluku Utara untuk memberikan keterangan kepada peneliti. Bila konsumen yang tertarik dengan informasi iklan yang disampaikan, maka seketika itu dilakukan proses adminisrasi mulai persiapan pembayaran biaya booking, uang muka, serta penandatanganan surat perjanjian antara PT. Dagymoi Properti Indonesia dengan Konsumen sebagai pemilik perumahan. Ketentuan dan syarat lainnya diatur oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia, perlu di ketahui bahwa PT. Dagymoi Properti Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan perumahan di Kota Ternate terdapat di beberapa Kelurahan yakni di Kelurahan Soa Puncak, Kelurahan Tubo, Kelurahan Ngade dan lainnya.

Wawancara dengan Manager HRD Dagymoi Siti Nursyafa Syah mengatakan bahwa Biasanya PT. Dagymoi Properti Indonesia yang menyediakan iklan melalui media sosial, baik bisa FB, WA, Instgram, selain itu juga melalui pamfelt, Baliho atau spanduk, selain itu juga melalui mulut kemulut yang disampaikan antara konsumen yang sehingga para konsumen juga langsung datang ke kantor untuk melihat brosur pada bagian Supervisor untuk menjelaskan syarat-syarat yang harus disiapkan. Untuk perumahan Dagymoi bekerja sama dengan Bank BTN dan Bank BNI. Biasanya jika seluruh persyaratan sudah selesai maka SP3K dikeluarkan. Pembangunan unit perumahan itu dilakukan setelah konsumen sudah menyelesaikan uang muka atau DP, sehingga konsumen dapat menggunakan perumahan.⁴ Mengacu pada UU Perlindungan Konsumen pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha diwajibkan memiliki itikad baik dalam melakukan kegiatan usaha, sedangkan bagi konsumen sebagai pengguna perumahan diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi jual beli

⁴ Wawancara dengan Ibu Sti Nursyafah Syah, Manager HRD Perumahan Dagymoi Properti Ternate Maluku Utara Pada Tanggal 3 April tahun 2020

perumahan. Sedangkan dalam UUPK itikad baik lebih diprioritaskan oleh pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan semua kegiatan pelaku usaha perumahan, mulai dari perencanaan produk, harga serta kualitas bentuk dan fisik perumahan yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Menurut peneliti itikad baik oleh pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha menjadi penting dalam memberikan keterangan secara jelas, jujur dan memadai terkait dengan kualitas suatu bangunan perumahan sebagai tempat hunian bagi konsumen. Jika PT. Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha sebagai perusahaan perumahan di Kota Ternate yang tidak memiliki itikad baik maka secara langsung mencederai kepentingan konsumen dalam memperoleh hak-haknya.

2. Konsumen Perumahan

Terkait dengan harga, bentuk, volume dan fasilitas pendukung perumahan lainnya yang dipasarkan oleh Developer PT Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha selalu memberikan informasi yang benar dan jelas. Namun kenyataan seringkali dijumpai informasi pemasaran Perumahan Dagymoi yang tidak sesuai dengan kenyataannya di lapangan. Artinya dalam setiap pemasaran informasi melalui iklan sangat jelas dan benar sesuai dengan isi iklan yang sebenarnya akan tetapi bila ditinjau langsung ke lokasi masih saja ditemukan sejumlah perumahan yang dilihat dari bentuk fisik perumahan dan fasilitas perumahan tidak berbanding lurus dengan isi iklan yang di sampaikan. Sehubungan dengan hal tersebut menandakan bahwa PT Dagymoi dan PT Bintang Utama Kieraha nyatanya sudah melakukan pelanggaran hukum terhadap hak konsumen perumahan di Kota Ternate.

Dari data yang penulis temukan bahwa PT. Dagymoi Properti Indonesia dalam setiap kegiatan pemasaran perumahan kebanyakan melalui media cetak dan media sosial, sebagaimana dalam hasil wawancara peneliti dengan sejumlah responden diantaranya sekitar 18 orang responden seluruhnya mengatakan bahwa informasi yang didapat kebanyakan melalui media cetak dan media social, sedangkan untuk cek secara langsung ke lokasi hanya terdapat beberapa responden saja. Sedangkan tanggapan responden terkait dengan fasilitas dan kualitas terdapat sekitar 17 responden mengatakan kurang puas atau kurang memadai terkait dengan fasilitas dan kualitas bangunan perumahan, sedangkan 3 responden lainnya mengatakan cukup memadai, dari 20 responden memberikan alasannya masing-masing.

Selain konsumen dari PT Dagymoi Properti juga terdapat PT Bintang Utama Kieraha yang juga bergerak pada bidang perumahan, sebagaimana peneliti wawancara dengan Bapak Muhammad Angga, Ibu Ida dan Ibu Fatma mereka mengatakan bahwa selama dua tahun, bangunan perumahan yang sudah diberikan uang muka baru saja dibangun, sehingga ada niat penarikan uang muka kembali. Artinya pembatalan perjanjian jual beli perumahan dibatalkan akan dibatalkan, namun ada niat penarikan maka PT Bintang Utama Kieraha mempercepat pemangunan perumahan. Akan tetapi perumahan yang dibangun tidak sesuai dengan isi brosur yang didapat dari PT Bintang Utama Kieraha, sehingga mereka tidak merasa puas terkait dengan failitas dan kualitas bangunan perumahan tersebut.

Wawancara dengan Ibu Rusna Tilaar, menyatakan bahwa terkait dengan fasilitas perumahan yang bersangkutan kecewa, ditemukan ada kamar yang bocor, WC yang mengeluarkan Bau yang tidak sedap dan Plafon yang kurang baik dari segi pembuatannya. Terkait dengan uang muka, ada penambahan biaya 9 Juta yang harus tambah dibayarkan karena ada kelebihan tanah 1 meter padahal dari awal sudah ditanyakan ke pihak developer ber ulang-ulang apakah ada penambahan uang terkait kelebihan tanah tersebut developer mengatakan tidak ada, nanti belakangan baru diminta tambah uang terkait kelebihan tanah. Terkait dengan cicilan tiap bulan Rp. 900.000 pada kenyataannya bunga cicilan pada tiap bulan seringkali naik ada penambahan bunga angsuran, sehingga ibu Rusna juga harus menambahkan biaya yang dikenakan kepadanya.⁵ Wawancara dengan Ibu Cicilia Mairuntu, mengatakan bahwa informasi yang di

⁵ Wawancara Dengan Ibu Rusna Tila Ar, sebagai pengguna perumahan Dagymoi pada Tanggal 20 Maret Tahun 2020

dapat dari perumahan ini melalui baliho dengan mencari-cari informasi dengan teman-teman berhubungan dengan perumahan, kemudian berhubungan dengan harga perumahan sangat mahal, selain itu juga perumahan lama dibangun tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan, kemudian ada juga bocor, kemudian juga retak, WC yang tersumbat, kemudian saluran air yang tersumbat. Ketika di sampaikan keluhan tidak direspon dengan baik, ia juga tidak merasa puas dengan fasilitas perumahan. Sebagaimana juga dikatakan oleh Ibu Uma artinya fasilitas perumahan juga dirasakan oleh Ibu Uma berhubungan dengan fasilitas yang tidak memadai. Ada juga fasilitas - fasilitas yang dijanjikan oleh perumahan, seperti minimarket, lapangan Futsal, Musshalah dan lain-lainya, akan tetapi belum dibangun hingga sekarang.

Berkenaan hasil wawancara dengan sejumlah konsumen perumahan PT Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha nyatanya informasi iklan yang di peroleh dari kedua pelaku usaha perumahan di Kota Ternate melalui media cetak, yaitu, (koran, brosur dan baliho), kemudian media sosial yakni (Wa Grub, Facebook, dan Instagram) sedangkan untuk konsumen perumahan yang lain langsung mengunjungi di lokasi perumahan. Dari informasi yang ditemukan melalui media iklan kebanyakan konsumen memperoleh informasi dari media cetak yakni koran dan brosur serta Baliho.

a. Analisis Hak Konsumen Perumahan Atas Informasi Iklan Perumahan

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah responden menunjukkan bahwa konsumen sebagai pengguna perumahan kebanyakan tidak merasa puas dengan fasilitas dan kualitas bangunan perumahan yang di sediakan oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia, kebanyakan mereka mengatakan bahwa ada tambahan biaya yang harus dikeluarkan untuk perumahan, pembangunan bangunan perumahan memakan waktu yang lama, sedangkan dilihat dari fasilitas bangunan ditemukan bahwa fasilitas pendukung lainnya tidak disediakan sesuai iklan yang disampaikan, seperti lapangan olahraga dan tempat ibadah. Namun permasalahan yang dijumpai oleh konsumen adalah masalah kualitas bangunan perumahan mulai dari atap bangunan yang bocor, pemasangan plafon yang tidak tahan lama, WC dan saluran air yang tersumbat, dan kesediaan air yang kurang memadai.

Berdasarkan Sembilan Hak tersebut terdapat beberapa hak-hak konsumen yang harus dilindungi dan yang patut mendapat perlindungan hukum atas hak-hak yang dimiliki oleh konsumen seperti, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, kemudian hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan atau jasa yang digunakan, serta hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan penggantian. Apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak Hak ini seringkali diabaikan oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia, dan PT Bintang Utama Kieraha padahal konsumen perumahan sudah melaksanakan kewajibannya., kemudian konsumen juga sudah beritikad baik dalam melakukan transaksi pembayaran mulai dari penyerahan uang muka pembelian perumahan serta membayar dengan nilai yang telah ditetapkan dalam surat perjanjian jual beli perumahan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Nursyafa Syah,⁶ dikatakan bahwa ternyata ada keluhan dari konsumen terkait dengan persediaan air yang kurang memadai, namun selain dari itu tidak ada yang komplek sebab perumahan yang dibangun sesuai dengan standar premium atau Standart Nasional Indonesia (SNI). Konsumen yang mengeluh terhadap iklan yang disampaikan oleh perumahan Dagymoi terkait dengan fasilitas perumahan termasuk biaya perumahan. Biasanya konsumen mengeluh terhadap persediaan air yang kurang memadai. Masalah sarana prasarana Dagymoi tetap menyelesaikan, untuk penyediaan jalan kompleks itu sudah sesuai dengan program yang direncanakan. ⁷ Untuk standar pembangunan bersubsidi sudah memiliki standar premium.

Menurut peneliti selain surat perjanjian pengikatan jual beli yang dibuat antara konsumen dan Developer perumahan baik PT Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha, harus juga

⁶ Wawancara dilaksanakan pada Tanggal 19 Maret Tahun 2020

⁷ Wawancara dengan Ibu Sti Nursyafah Syah Manager HRD Perumahan Dagymoi Properti Ternate Maluku Utara Pada Tanggal 3 April tahun 2020

membuat surat perjanjian kualitas material bangunan perumahan dan surat perjanjian garansi perbaikan perumahan untuk waktu yang ditentukan, supaya terkesan tidak merugikan salah satu pihak. Sebab pada kenyataannya surat pengikatan jual beli perumahan yang dibuat oleh Developer perumahan berada pada posisi menguntungkan. Karena selama perbaikan perumahan tetap ditanggung oleh konsumen. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

- 1) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- 2) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Menurut peneliti ketentuan Pasal 8 ayat 1 huruf (f) merupakan hal yang sangat penting berkaitan dengan informasi yang di sampaikan oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha bahwa Informasi merupakan sarana yang disampaikan oleh pelaku usaha perumahan kepada konsumen sebagai pengguna perumahan agar dapat mengetahui secara benar dan jelas kondisi bangunan dan konstruksi bangunan perumahan, sebab dengan mengetahui kebenaran informasi yang di sampaikan melalui promosi iklan akan melindungi hak dan kepentingan konsumen. Berkenaan dengan hal tersebut maka hak untuk memilih merupakan hak dasar bagi setiap konsumen yang harus dilindungi. Sebagaimana dalam Pasal 8 ayat huruf (f) didalamnya mensyaratkan bahwa pelaku usaha apabila memberikan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi merupakan ketentuan dasar bagi larangan kepada pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha dalam kegiatan pemasaran perumahan di Kota Ternate.

Dari pandangan teori tujuan hukum tersebut bila dikaitkan dengan kepentingan konsumen sebagaimana dikatakan oleh Jeremy Bentham bahwa lebih pada kemanfaatannya seperti juga dikatakan oleh Gustav Radbruch, kemudian menurut Van Jhering, Hak itu adalah sesuatu kepentingan yang terlindungi. Dilihat dari pendapat tersebut pada kenyataannya posisi konsumen harus mendapatkan manfaat dari fasilitas dan kualitas dari pelaku usaha perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha, akan tetapi konsumen perumahan pada prinsipnya tidak mendapatkan kemanfaatan yang disampaikan melalui iklan, sebagaimana hasil penelitian peneliti ditemukan sejumlah hak-hak konsumen yang masih saja terabaikan, padahal konsumen sudah melakukan kewajiban hukum yang ditentukan oleh pelaku usaha perumahan.

Apabila dilihat dari kepentingan maka konsumen memiliki hak untuk dilindungi seluruh informasi iklan yang disampaikan oleh pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha melalui media cetak dan media elektronik yakni media sosial. Menurut peneliti kepentingan konsumen sebagai pengguna perumahan di Kota Ternate juga memiliki hak agar seluruh kepentingan dapat dilindungi oleh hukum, karena posisi konsumen berada pada posisi yang lemah. Menurut peneliti uraian tersebut secara praktis konsumen sebagai pengguna perumahan memang berada pada posisi yang lemah atau kurang diuntungkan dibandingkan dengan posisi pelaku usaha perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha, sebab keterlibatan konsumen dalam memanfaatkan barang dan jasa yang tersedia tergantung pada kualitas dari informasi iklan perumahan yang di sampaikan.

Brosur iklan PT Dagymoi Properti Indonesia untuk Perumahan Sultan Residence Sangaji Utara dan Shafira Residence Ngade Ternate dengan premium quality 100% yang di dalamnya memuat tentang harga angsuran perbulan Rp. 900.000 (Sembilan ratus ribu rupiah), luas tanah, luas bangunan dan spesifikasi bangunan yakni terdiri dari pondasi dari batu kali, struktur dari beton bertulang, dinding dari batu bata, kusen kayu kelas II A, lantai keramik 40x40, atap seng gelombang, plafon triplex listrik 1300 VA, kloset jongkok, serta air bersih PDAM. Sedangkan Dagymoi Gren Prak Tubo Ternate dengan isi brosur dan poster memuat tentang kondisi dan

lokasi hunian perumahan yang memuat antara lain “kawasan hunian yang dibangun di lokasi hijau dan asri di Daerah bagian utara Kota Ternate” kemudian itu juga memuat kalimat “mengapa memilih di Dagymoi Gren Park selangkah ke bandara Sultan Babullah, dekat dengan pasar Dufa-Dufa, dekat dengan sarana ibadah dan dekat dengan sarana pendidikan” selain itu juga memuat Site Plan peta perumahan.⁸

Brosur iklan PT Bintang Utama Kieraha Gren Ashraf Residence Nuansa Alam Bukit Fitu yang memuat Denah Tipe 36+ Perumahan, bentuk perumahan baik itu lokasi perumahan, tampak depan dan belakang perumahan, kemudian rincian harga jual, dan spesifikasi bangunan serta promosi perumahan bersubsidi, dengan penawaran informasi, Harmoni Alami dalam hunian berkualitas, strategis, berada dekat dengan pusat kota pilihan terbaik. Berdasarkan isi iklan yang dimuat dalam Brosur dan poster tersebut, menggambarkan tentang informasi promosi iklan menyangkut dengan fasilitas, bentuk dan konstruksi bangunan PT Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha yang mencantumkan seluruh kualitas dan fasilitas penunjang lainnya dengan harga yang telah ditentukan, hal ini bermaksud untuk memberikan informasi pelayanan jasa usaha perumahan kepada konsumen secara umum, namun kenyataannya bahwa dari sejumlah fasilitas, bentuk bangunan dan konstruksi bangunan yang dipromosikan melalui brosur khususnya konstruksi bangunan atau kondisi bangunan dan harga perumahan, baik cicilan maupun potongan harga, seringkali masih mendapat komplain dari konsumen pengguna perumahan, dimana berhubung karena harga dan fasilitas penunjang lainnya seringkali tidak sesuai dengan isi brosur dan poster yang telah di promosikan.

Terkait dengan keluhan atau complain sebagaimana wawancara dengan Ibu Rusna Tilaar, menyatakan bahwa terkait dengan fasilitas perumahan ditemukan ada kamar yang bolong/bocor, WC yang mengeluarkan Bau dan Plafon yang kurang baik dari segi pembuatannya. Terkait dengan uang muka ada penambahan biaya 9 Juta, dan Ibu Rusna juga terpaksa harus membayar kelebihan satu meter padahal sebelumnya sudah ada kesepakatan tidak ada tambahan pembayaran kelebihan tanah. Belum lagi iklan yang dimuat di brosur tiap bulan Rp. 900.000 sedangkan pada kenyataannya bunga cicilan pada tiap bulan seringkali naik ada penambahan bunga angsuran.⁹

Berdasarkan uraian tersebut diatas dapat peneliti jelaskan bahwa brosur yang memuat tentang iklan perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia tersebut pernah terjadi keluhan dari konsumen perumahan, hal ini terjadi pada saat konsumen menempati perumahan, yang berkaitan dengan harga dan fasilitas pendukung perumahan lainnya, karena ditemukan fasilitas perumahan yang kurang baik.

Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan sejumlah konsumen perumahan menunjukkan bahwa biasanya harga, kondisi dan fasilitas perumahan seringkali tidak sesuai dengan isi iklan yang di promosikan melalui media cetak dan media elektronik yakni media sosial, karena hampir sebagian perumahan yang dihuni oleh konsumen perumahan Dagymoi mereka kurang puas dengan kondisi yang sebenarnya. Berdasarkan hal tersebut di atas maka dalam UUPK Pasal 5 UUPK terdapat aturan mengenai hak-hak konsumen yang diberikan oleh Undang-Undang perlindungan konsumen, dimana salah satu hak tersebut adalah hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, jika pelaku usaha melakukan pelanggaran informasi iklan yang tidak benar sesuai dengan kondisi perumahan yang sebenarnya. Oleh karena itu konsumen perumahan dapat mengajukan upaya hukum atas pelanggaran yang telah dilakukan bilamana informasi yang disampaikan melalui media cetak yakni Koran dan media elektronik melalui media sosial Facebook, WA Grup dan Instagram yang nyatanya tidak jujur dan tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Menurut Halim Amrudani Ketua REI Maluku Utara dan Ibu Siti Nur Syafah Syah,¹⁰ Manager HRD PT. Dagymoi Properti Indonesia juga mengatakan bahwa memang ada keluhan dari konsumen perumahan menyangkut dengan persediaan fasilitas perumahan, Kemudian dikatakan oleh

⁸ Isi iklan tersebut dimuat dalam media cetak dan media sosial

⁹ Wawancara dengan Ibu Rusna Tila Ar dilaksanakan pada Tanggal 19 Maret Tahun 2020

¹⁰ Wawancara dilaksanakan pada Tanggal 19 Maret Tahun 2020

Halim Amrudani Ketua REI Maluku Utara, menjelaskan REI tetap melakukan pengawasan terhadap Developer Perumahan yakni PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha yang termasuk dalam anggota REI Maluku Utara, namun REI hanya menjadi perpanjangan tangan dari Developer perumahan dalam urusan perijinan dengan pemerintah Daerah setempat. Oleh karena itu PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha memperhatikan iklan yang dipromosikan, namun iklannya tidak sesuai dan itu merupakan tanggungjawab Developer perumahan, akan tetapi REI hanya melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan developer baik secara faktual maupun administrasi terhadap perusahaan developer. Kemudian dikatakan pula bahwa ada konsumen perumahan yang complain terkait dengan jangka waktu pembangunan perumahan yang lama dan persediaan air yang kurang misalnya air suka macet dan lain-lainnya.

Menurut peneliti bahwa penerapan Pasal 9 UUPK lebih menitikberatkan pada perilaku pelaku usaha agar tidak memberikan penawaran, promosi dan pengiklanan terhadap suatu produk yang berlebihan. Jika pelaku usaha perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha, tetap saja melakukan kegiatan promosi dan pengiklanan terhadap fasilitas bangunan perumahan dan kondisi bangunan perumahan yang tidak sesuai dengan seadanya, maka indikasinya ada perbuatan melanggar hukum yang dilakukan pelaku usaha dan itu dapat diminta pertanggungjawaban baik secara perdata, pidana dan administrasi yakni dengan pencabutan ijin operasi PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha. Substansi Pasal 9 ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha wajib memberikan keterangan yang jelas, benar dan jujur atas informasi iklan yang disampaikan kepada konsumen perumahan, hal ini penting karena salah satu penyebab terjadinya kerugian adalah konsumen yang kurang mengetahui secara pasti terhadap fasilitas dan kualitas bangunan perumahan yang dijanjikan melalui penyebaran promosi iklan yang di sampaikan oleh pelaku usaha perumahan.

Sebagaimana dalam penelitian ini bahwa konsumen perumahan Dagymoi maupun Bintang Utama Kieraha mengalami kerugian karena terpancing dengan isi iklan melalui media cetak dan media sosial, seperti halnya facebook, WA grub, koran brosur dan poster yang ternyata tidak benar dengan menjanjikan fasilitas pendukung lainnya, seperti lapangan futsal, tempat ibadah, lapangan olahraga dan lainnya. Oleh karena itu pelaku usaha perumahan alangkah baiknya memperhatikan ketantuan Pasal 9 dalam UUPK dalam memberikan informasi atau mempromosikan fasilitas dan kualitas bangunan perumahan, supaya tidak melanggar aturan hukum yang berlaku karena sewaktu-waktu konsumen dapat mengajukan gugatan wanprestasi maupun gugugatan perbuatan melawan hukum karena konsumen sangat dirugikan dari segi materil dan immateril.

Pasal 10 huruf (a) sudah terkait dengan harga, kemudian huruf (c) menyangkut dengan kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa, dan huruf (d) yakni mengenai potongan harga, kenyataanya sebagaimana dalam penelitian ini bahwa PT. Dagymoi Properti sudah melakukan kegiatan menawarkan, mempromosikan dan mengiklankan fasilitas dan kondisi bangunan perumahan sesuai dengan Pasal 10 huruf (a), (c) dan (d) yang kesemuanya dimuat dalam isi iklan melalui media cetak, media sosial, brosur, baliho bila dicermati lebih dalam PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha tidak memiliki itikat baik karena kondisi dan fasilitas perumahan tidak sesuai dengan isi iklan yang disampaikan kepada konsumen. meskipun teknik pemesanan yang dilakukan oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha memiliki strategi tertentu dengan maksud menarik perhatian konsumen, namun disisi lain melanggar hak-hak konsumen oleh karena konsumenlah sebagai pengguna perumahan.

Menurut peneliti bahwa bahwa UUPK sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 menyebutkan bahwa “ Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan”. Selanjutnya tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, seperti yang terdapat dalam Pasal 9 yang menjelaskan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, dan mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah produk tersebut memiliki potongan harga, keadaannya baik,

memiliki sponsor, tidak mengandung cacat tersembunyi, merendahkan produk lain yang sejenis, menggunakan kata-kata yang berlebihan, dan mengandung janji yang belum pasti. Sedangkan Pasal 10 UUPK berkenaan dengan informasi iklan yang membuat pernyataan yang tidak benar dan meyesatkan, baik menyangkut harga, kegunaan, kondisi, jaminan/garansi, maupun daya tarik potongan harga atau diskon yang belum tentu benar.

Brosur iklan PT. Dagymoi Properti Indonesia Sultan Residence Sangaji Utara, Shafira Residence Ngade dan Dagymoi Gren Park Tubo dengan premium quality 100% yang di dalamnya memuat tentang harga angsuran perbulan Rp. 900.000 (Sembilan ratus ribu rupiah), luas tanah, luas bangunan dan spesifikasi bangunan. Dihubungkan hasil wawancara dengan Bapak Ferry L. Tatipikalawan mengatakan bahwa informasi iklan yang di dapat dari FB, brosur atau media sosial banyak mengalami kekurangan-kekurangan dari perumahan seperti air yang tidak lancar dan terjadi kebocoran serta tersumbatnya WC dan saluran air. Sedangkan ini sudah disampaikan kepada developer namun seringkali tidak direspon, sedangkan mengenai harga juga begitu mahal padahal ini subsidi, sedangkan dari segi bangunan rumah juga kurang baik.¹¹ Samal halnya disampaikan oleh babapk Angga, Ibu Ida dan Ibu Fatma konsumen PT Bintang Utama Kieraha.

Pasal 9 huruf j “pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar, dan/atau menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap”. Dalam pasal ini jelas diatur larangan bagi pelaku usaha khususnya dalam hal mengiklankan produk barang dan atau jasa dengan menggunakan kata-kata, atau juga dengan memberikan informasi yang seolah-olah tidak akan merugikan konsumen. Apa yang diatur dalam pasal ini hendaknya memberi pedoman bagi pelaku usaha dalam menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan barang dan/atau jasanya untuk memberikan keterangan yang senyatanya dan selengkapny termasuk kemungkinan adanya resiko maupun efek samping yang dapat ditimbulkan akibat pemakaian barang dan/ atau jasa produk dari pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seringkali ketentuan tentang penyampaian informasi harga kepada konsumen seringkali dilanggar oleh pelaku usaha. Contohnya, pelaku usaha memasang iklan harga yang tidak sebenarnya untuk mengelabui konsumen seperti menampilkan harga yang jauh lebih murah untuk menarik konsumen membeli barang tersebut tetapi kenyataannya ada persyaratan tertentu yang mengikutinya, seperti ketentuan harus berbelanja minimal sejumlah yang ditentukan oleh pelaku usaha, yang ditentukan oleh pelaku usaha tersebut sebelum konsumen membeli produk yang murah tersebut.

Keterangan tentang kegunaan atau manfaat barang tersebut dapat dilampirkan atau dituliskan pada bagian pembungkus atau kotak dari produk tersebut. Keterangan yang disampaikan oleh pelaku usaha terkait kegunaan barang atau produk tersebut harus dapat dibaca dan dipahami oleh konsumen sebagai pemakai barang atau produk sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari barang atau produk pelaku usaha tersebut. Kejelasan tentang manfaat produk barang dan atau jasa tersebut harus ditulis menggunakan bahasa Indonesia meskipun tidak tertutup kemungkinan untuk menggunakan bahasa asing atau ditulis dalam dua bahasa. Selanjutnya, pelaku usaha juga dilarang untuk memberikan pernyataan yang tidak benar dan menyesatkan terkait kondisi, tanggungan, jaminan, hak dan ganti rugi terhadap produk barang dan/atau jasa pelaku usaha.¹² Dalam hal ini, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar terkait kondisi barang dan atau jasa yang diproduksinya.

Selain program potongan harga, usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk menarik minat pembeli/konsumen yaitu program pemberian hadiah kepada konsumen untuk menarik konsumen membeli barang dan /atau jasa yang diproduksinya. Ketentuan tentang pemberian hadiah ini yang harus dijelaskan secara transparan sehingga informasinya tidak menyesatkan

¹¹ Wawancara dilaksanakan pada Tanggal 19 Maret Tahun 2020

¹² Wiwin Yulianingsih, *Upaya Perlindungan hukum bagi konsumen dalam kaitanya dengan iklan/promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha, liga hukum Vol. 1 No Januari 2009.*

konsumen, seperti misalnya, bagaimana ketentuan konsumen mendapatkan hadiah, persyaratan apa saja yang harus dipenuhi oleh konsumen untuk mendapatkan hadiah, periode pemberian hadiah serta kemungkinan pajak hadiah yang harus ditanggung oleh konsumen. Peneliti kemukakan bahwa PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha sebagai pelaku usaha perumahan dengan sendirinya telah memberikan informasi isi iklan yang berlebihan melalui media cetak yakni melalui koran, media sosial yakni FB, WA Grub, serta melalui brosur yang didalam isi iklan tersebut tidak memberikan pernyataan yang benar, padahal ketentuan Pasal 12 dan Pasal 17 UUPK tersebut memberikan suatu larangan kepada pelaku usaha untuk mempromosikan informasi melalui iklan yang tidak benar. Sedangkan dalam Pasal 20 yang berbunyi, “pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut”. dari ketentuan yang tertuang dalam pasal 12, pasal 17 dan pasal 20, UUPK, yang dimaksud pelaku usaha adalah produsen dalam hal ini PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha sebagai pihak yang mendistribusi dan mensuplai informasi kepada konsumen secara umum.

Ketentuan pasal 20 UUPK, mengisyaratkan adanya akibat hukum bagi pelaku usaha yang telah menginformasikan melalui promosi iklan perumahan menyangkut informasi yang telah di sampaikan, kesalahan informasi yang disampaikan pelaku usaha melalui media sosial FB, WA Grub dan lainya dan media cetak dapat dipertanggungjawabkan. Peneliti jelaskan bahwa, tanggungjawab hukum tetap berada pada pihak pelaku usaha perumahan khususnya PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha, sebagai pihak yang menyebarluaskan informasi kepada konsumen, walupun informasi iklan tersebut tidak sepenuhnya sesuai dengan keadaan perumahan tersebut yang di dalamnya berhubungan dengan fasilitas pendukung dan kondisi bangunan lainnya. Hak atas informasi sebagaimana diatur dalam UUPK Pasal 4 huruf (c) merupakan hak konsumen untuk mengakses informasi dari penayangan iklan, hal ini sudah diatur dengan tegas, yaitu informasi dengan benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau fasilitas yang disediakan, muatan informasi yang benar, jelas, dan jujur wajib hukumnya disampaikan oleh pelaku usaha kepada konsumen.

Demikian hal tersebut dapat penulis simpulkan bahwa hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur wajib hukumnya disampaikan oleh developer perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha terhadap konsumen, sebab hak atas informasi merupakan hak dasar setiap konsumen untuk memperoleh hak-haknya, bilamana informasi itu tidak benar dan mengelabui konsumen maka secara langsung PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha sudah mencederai kepentingan konsumen atas hak-hak yang harus diperoleh. Sebab setiap informasi yang disampaikan melalui iklan seakan-akan pernyataan yang dibuat benar dan jelas berkaitan dengan fasilitas, luas bangunan, tipe bangunan dan kondisi bangunan perumahan, namun informasi itu tidak sesuai dengan seadanya.

Permasalahan perlindungan hukum bagi konsumen sebagai pemakain fasilitas perumahan, umumnya konsumen perumahan sampai saat ini belum mendapat perlindungan hukum yang sepatasnya, diketahui bahwa konsumen perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha untuk mendapatkan perumahan kebanyakan konsumen memperoleh informasi dari media cetak dan media sosial dengan mempromosikan fasilitas, luas, tipe dan kondisi perumahan melalui promosi iklan yang disampaikan, sedangkan dalam kenyataannya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen untuk mendapatkan fasilitas dan kualitas bangunan perumahan masih terjadi, padahal kehadiran konsumen dengan memperoleh bangunan perumahan kebanyakannya informasi yang ketemukan lebih banyak melalui melalui media cetak (koran), brosur atau Spanduk Baliho yang telah di pasung di sekitar lapangan bola Salero maupun Bandara Udara Babullah Ternate. Berkenaan dengan perlindungan hukum konsumen, kiranya di Provinsi Maluku Utara dibentuk lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang telah di akui dan terdaftar di pemerintah Pusat dan pemerintah Daerah baik ditingkat Kabupaten maupun Kota, jika lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) tersebut telah dibentuk di Kota Ternate, maka dengan mudah konsumen dapat melakukan pengaduan atas pelanggaran hak konsumen dalam mendapatkan pelayanan khususnya dibidang perumahan.

Dalam Pasal 47 mengatur mengenai penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen, penyelesaian di luar pengadilan ini dapat dilakukan dengan cara Penyelesaian secara damai diantara mereka yang bersengketa dan penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹³

Upaya hukum yang dapat ditempuh oleh Konsumen pada PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha dapat melalui upaya hukum di luar pengadilan maupun pengadilan, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Manager HRD PT. Dagymoi Properti Indonesia,¹⁴ mengatakan bahwa ketika konsumen yang datang komplain mengenai dengan fasilitas pendukung perumahan dan kondisi bangunan yang bermasalah, seketika itu dilakukan penyelesaian dengan membayar tukang untuk menyelesaikan bangunan perumahan yang bermasalah. Sedangkan peneliti melakukan wawancara dengan sejumlah konsumen perumahan mereka mengatakan Developer PT. Dagymoi Properti Indonesia kurang merespon dengan baik, sehingga biaya perbaikan kondisi bangunan yang bermasalah dilakukan secara pribadi oleh konsumen. Berdasarkan uraian tersebut dapat peneliti katakan bahwa, tidak menutup kemungkinan bahwa penyelesaian konsumen dengan pihak PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha dapat dilakukan secara kekeluargaan atau melalui mediasi yang dapat mempertemukan kedua belah pihak dengan cara membuat kesepakatan damai melalui permohonan maaf baik secara tertulis maupun lisan.

Permasalahan tersebut dalam uraian hasil penelitian yang peneliti lakukan ternyata masih ditemukan pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh Developer perumahan di Kota Ternate, yakni tidak melaksanakan kewajiban sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang perumahan, yakni pelanggaran yang sering terjadi adalah Developer lambat merespon komplek oleh konsumen, Developer tidak patuh pada isi perjanjian setelah konsumen perumahan menandatangani surat jual beli dengan memberikan uang muka, Developer memberikan janji-janji dalam iklan yang di Informasikan padahal iklan yang disampaikan dalam brosur perumahan tidak sesuai dengan kondisi perumahan, kemudian itu juga Developer melanggar hak-hak konsumen yakni hak untuk mendapat ganti rugi dan renofasi bangunan perumahan, adapaun pelanggaran yang paling fatal adalah Developer tidak tepat waktu dalam pembangunan perumahan.

Peneliti jelaskan bahwa pelanggaran-pelanggaran tersebut masih dijumpai sebagaimana peneliti melakukan wawancara dengan sejumlah konsumen perumahan di Kota Ternate. Oleh karena itu Developer perumahan di Kota Ternate harus memiliki tanggungjawab sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang perumahan dan harus melaksanakan kewajiban hukumnya, sebab dalam setiap kegiatan pemasaran perumahan yang dilakukan Developer pasti memiliki konsekuensi hukum, selain itu juga Developer perumahan harus mampu memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam memberikan fasilitas dan kualitas bagunan perumahan sebagaimana dimuat dalam isi iklan yang dipromosikan kepada konsumen. oleh karena itu kedepan Developer memperhatikan hak-hak konsumen, sehingga tidak terjadi pengabaian hak-hak konsumen perumahan.

Faktor yang Menjadi Kendala Perlindungan Konsumen Perumahan dalam UU No 8 Tahun 1999 Tentang UUPK Terhadap Pelaku Usaha Perumahan dalam Mengiklankan Barang dan Jasa Kepada Konsumen di Kota Ternate.

1. Faktor Struktur Hukum

Faktor struktur hukum disini adalah faktor kelembagaan yakni di Provinsi Maluku Utara belum terbentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah yakni lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM), pembentukan badan ini dapat mengakomodir hak-hak konsumen yang harus dilindungi sebagaimana hak konsumen atas informasi atau promosi

¹³ Susanti Adi Nugroho, *Proses.., Op. Cit*, hal.57

¹⁴ Wawancara dilaksanakan pada Tanggal 19 Maret Tahun 2020

iklan yang benar dan jujur sesuai kondisi perumahan yang seadanya, sebab selama ini keluhan yang dilakukan konsumen terhadap developer perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha kurang direspon dengan baik, sehingga ada kerugian yang ditimbulkan dan itu ditanggung oleh konsumen dalam perbaikan kondisi bangunan perumahan yang rusak. Selain itu bahwa PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha sebagai pelaku usaha perumahan harus patuh dan mengikuti aturan hukum yang berlaku, sebagaimana diatur dalam Pasal 9 dan Pasal 10 UUPK terkait dengan larangan bagi pelaku usaha dalam mempromosikan atau menginformasikan iklan perumahan, sebab ketentuan ini menjadi dasar bagi pelaku usaha perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha untuk dapat dilaksanakan sebagai rujukan dalam memberikan informasi atau promosi iklan melalui media sosial dan media cetak.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, menunjukkan bahwa selama ini konsumen hanya melakukan pengaduan terhadap produsen PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha yang bertanggungjawab terhadap perbaikan bangunan perumahan baik secara materil maupun immateril, sedangkan sarana hukum lainnya belum ditempuh karena konsumen tidak tahu mau melakukan pengaduan pada lembaga mana. Pengaduan konsumen ini seringkali diabaikan atas cacat bangunan perumahan, artinya bangunan perumahan tidak dibuat sesuai dengan kualitas premium atau Standar Nasional Indonesia sebagaimana dimuat dalam isi iklan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan juga PT Bintang Utama Kieraha tersebut. Sebab dengan tidak memperhatikan ketentuan hukum yang berlaku dalam UUPK tersebut, maka secara langsung PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha sengaja melanggar ketentuan Pasal 9 dan Pasal 10 sebab informasi iklan perumahan tidak sesuai dengan kondisi perumahan yang seadanya. Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen perumahan mengalami cacat bangunan secara fisik yang mengakibatkan kerugian kepada konsumen, sehingga adanya kerugian materil yang dialami konsumen, padahal informasi atau promosi perumahan yang disampaikan melalui media cetak dan media sosial secara deyure memuat fasilitas pendukung lainnya dan kondisi bangunan pada perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan juga PT Bintang Utama Kieraha.

2. Faktor Kesadaran Hukum Pelaku Usaha/Faktor Kultur Hukum

Faktor kultur hukum disini adalah kesadaran hukum pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha yang seringkali menanggapi keluhan-keluhan yang disampaikan oleh konsumen perumahan, perilaku pelaku usaha seperti inilah sudah dianggap sebagai kebiasaan yang seringkali berulang-ulang. Artinya tanggapan pelaku usaha dalam memperbaiki kondisi bangunan perumahan, seperti halnya ada atap seng yang bocor, plafon yang rusak akibat kebocoran, persediaan air yang kurang baik dan fasilitas pendukung yang tidak tersedia seringkali kurang direspon dengan baik.

Wawancara dengan Halim Amrudani Ketua REI (Real Estate Indonesia) Maluku Utara, Peran REI dalam perusahaan perumahan sebagai wadah developer perusahaan perumahan yang memfasilitasi kepentingan developer perumahan terkait dengan regulasi yang disampaikan kepada pemerintah daerah setempat berupa perijinan dan lain sebagainya, REI juga terlibat biasanya disebut dengan tribrata seperti tata tertib bagi semua anggota developer pengusaha perumahan dengan memperhatikan hak dan kewajiban pelaku usaha perumahan dan konsumen, karena di dalam tribrata tersebut sudah memuat hak-hak konsumen dan hak-hak developer pengusaha perumahan.¹⁵

Selain itu dalam hal menyampaikan informasi melalui media cetak, media sosial, brosur dan baliho oleh PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha tidak ihtiar terhadap informasi atau promosi iklan perumahan yang disampaikan padahal ada konsekuensi hukum bila informasi atau promosi iklan perumahan itu tidak benar sesuai dengan seadanya. Bentuk perilaku pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha ini nyatanya sudah berulang kali dan sudah menjadi sebuah kebiasaan serta opini-opini dalam kegiatan pemasaran perumahan.

¹⁵ Wawancara dilaksanakan pada tanggal 10 Maret tahun 2020

Kultur hukum menurut Lawrence M. Friedman mengemukakan bahwa Kultur hukum adalah opini-opini, kepercayaan-kepercayaan (keyakinan-keyakinan), kebiasaan-kebiasaan, cara berpikir dan cara bertindak, baik dari para penegak hukum maupun dari warga masyarakat tentang hukum dan berbagai fenomena yang berkaitan dengan hukum.¹⁶ Budaya hukum pelaku usaha atau Developer perumahan juga sangat mempengaruhi perlindungan hak-hak konsumen perumahan di Kota Ternate, sebagaimana dalam hasil penelitian ditemukan bahwa masih minimnya tingkat kesadaran hukum developer perumahan Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha dalam memperhatikan hak-hak konsumen yang harus dimiliki sebagaimana komplain konsumen atas bangunan perumahan, jika bangunan perumahan tidak sesuai dengan standar premium atau SNI, maka harus ada kesadaran hukum developer yang tinggi dalam memberikan pelayanan materil jika konsumen telah komplain terhadap kondisi bangunan perumahan.

Kultur hukum developer perumahan adalah dilihat dari kepatutan pelaku usaha developer perumahan Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha terhadap pentingnya melindungi hak-hak konsumen, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah, sebagaimana dalam penelitian ini kesadaran developer perumahan seringkali berfikir bahwa dalam setiap kegiatan usaha perumahan pasti menumbulkan konsekuensi hukum, artinya bahwa setiap kegiatan yang dilakukan mulai dari pemasaran produk perumahan melalui informasi yang dipromosikan melalui media cetak dan media sosial, kemudian fasilitas dan kondisi bangunan, padahal semuanya memiliki akibat hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban antara pelaku usaha perumahan Dagymoi properti dan PT Bintang Utama Kieraha dengan konsumen perumahan, jika kewajiban konsumen sudah dilaksanakan maka hak-hak konsumen juga diperhatikan bukan mengabaikan begitu saja atau melepas tanggungjawab ketika konsumen sudah melaksanakan kewajibannya yakni dengan mengikuti semua tahapan baik persyaratan dan biaya serta angsuran perbulan yang harus ditunaikan oleh konsumen perumahan.

Permasalahan tersebut sangat memprihatinkan bila tidak mengutamakan hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK, tentu disatu sisi memberatkan konsumen dengan tambahan biaya perumahan mulai dari perbaikan dan perawatan bangunan perumahan yang tidak sesuai dengan informasi iklan yang disampaikan oleh pelaku usaha perumahan Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha. Menurut peneliti, kesadaran hukum pelaku usaha harus dibarengi dengan tekanan dari Dinas Perdagangan Provinsi Maluku Utara dan Dinas Perdagangan Kota Ternate agar melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha perumahan yang mengabaikan hak-hak konsumen, karena yang dirasakan konsumen perumahan bahwa developer perumahan PT Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha kenyataannya tidak memiliki itikat baik dalam melaksanakan suatu perjanjian yang dibuat ketika konsumen dan pelaku usaha kontra perjanjian jual beli dengan syarat-syarat yang seakan-akan lebih didalam surat perjanjian jual beli tersebut lebih mengikat konsumen perumahan dibandingkan dengan pelaku usaha developer perumahan, sebab yang membuat perjanjian jual beli tersebut adalah pelaku usaha perumahan. Akan tetapi disisi yang lain pelaku usaha seringkali tidak memperhatikan hak-hak konsumen perumahan.

Kesadaran hukum pelaku usaha perumahan dari aspek hukum dapat dipertanggungjawabkan karena lalai melaksanakan kewajibannya yang dapat juga melakukan perbuatan melawan hukum dan juga melakukan wanprestasi. Perbuatan melawan hukum pelaku usaha perumahan Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha adalah Developer perumahan tidak memperhatikan kondisi bangunan dan fasilitas bangunan perumahan baik dari segi material bangunan maupun kondisi bangunan, yang sepatutnya harus diperbaiki dan merupakan tanggungjawab pelaku usaha perumahan, sedangkan ingkar janji pelaku usaha perumahan Dagymoi Properti dan PT Bintang Utama Kieraha adalah perjanjian jual beli yang dibuat tidak dilaksanakan dengan sepatutnya sebagaimana dengan yang diperjanjikan yakni dengan menyediakan fasilitas pendukung lainnya seperti tempat ibadah dan tempat olahraga hal ini

¹⁶Bernard Arief Sidharta,(1999),*Refleksi Tentang Struktur Hukum Sebuah Penelitian Tentang Kefilsafatan dan Sifat Keilmuan Hukum Sebagai Landasan Pengembangan Ilmu Hukum Nasional Indonesia*, Bandung, Mandar Maju, hal 76

dapat dilihat dalam brosur dan pengikatan perjanjian yang dibuat setelah ditandatangani oleh pelaku usaha perumahan dan konsumen perumahan.

Menurut peneliti, hukum sangat menjunjung tinggi kepentingan-kepentingan setiap orang, sebab dalam kepentingan-kepentingan tersebut harus dilindungi oleh hukum karena setiap manusia memiliki hak yang sama, tanpa kepentingan yang dilindungi hukum maka hukum tidak memiliki makna apa-apa atau tidak berarti apa-apa, sehubungan dengan kepentingan hukum tersebut hukum memiliki faedah yang dapat melindungi hak-hak setiap orang tanpa terkecuali seseorang itu berada di bawah pengampunan atau *curatele*. Kesadaran hukum pelaku usaha PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha dapat dipertanggungjawabkan menurut hukum karena tidak melaksanakan kewajiban hukumnya sebagai pihak yang membuat informasi dengan promosi iklan perumahan serta juga sebagai penanggungjawab kondisi bangunan perumahan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha sebagai pelaku usaha perumahan di Kota Ternate dalam setiap kegiatan pemasaran perumahan kepada konsumen kebanyakan memberikan promosi iklan perumahan melalui media cetak (koran, brosur, dan baliho), dan media sosial (Facebook, WA Grup dan Instagram), masing-masing iklan memuat tentang harga, lokasi, fasilitas pendukung, luas bangunan, dan kualitas bangunan perumahan, padahal dalam setiap isi iklan yang di informasikan melalui iklan tidak sesuai dengan seadanya, sehingga sangat bertentangan dengan hak-hak konsumen dalam mendapatkan informasi yang benar dan jelas. Perbuatan tersebut dapat melanggar UUPK karena informasi yang disampaikan dapat menyesatkan dan menggelabui konsumen perumahan. Kedua, Faktor yang Menjadi kendala perlindungan konsumen perumahan di Kota Ternate adalah faktor Struktur hukum yakni belum terbentuknya badan penyelesaian konsumen di daerah yakni Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat di Provinsi Maluku Utara baik di Kota maupun Kabupaten, serta faktor kesadaran hukum yang sudah menjadi budaya bagi pelaku usaha perumahan PT. Dagymoi Properti Indonesia dan PT Bintang Utama Kieraha dengan kebiasaan dalam menanggapi komplain/keluhan konsumen untuk memperbaiki kondisi bangunan perumahan, seperti halnya ada atap yang bocor, plafon rusak akibat kebocoran atap, persediaan air yang kurang baik dan fasilitas pendukung yang tidak tersedia, hal ini menjadi kebiasaan bagi pelaku usaha padahal sudah disampaikan secara berulang-ulang.

REFERENSI

- Bernard Arief Sidharta,(1999),*Refleksi Tentang Struktur Hukum Sebuah Penelitian Tentang Kefilsafatan dan Sifat Keilmuan Hukum Sebagai Landasan Pengembangan Ilmu Hukum Nasional Indonesia*, Mandar Maju Bandung.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, (2009),*Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta
- Happy Susanto, (2008),*Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media Jakarta,
- Susanti Adi Nugroho,(2011),*Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Kencana, Jakarta
- Wiwin Yulianingsih, *Upaya Perlindungan hukum bagi konsumen dalam kaitanya dengan iklan/promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha, liga hukum Vol. 1 No Januari 2009.*

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen