

ABSTRAK

ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENIPUAN IKLAN PERUMAHAN YANG MERUGIKAN KONSUMEN

Oleh

ERIES ROSADI

Tindak pidana penipuan iklan perumahan yang merugikan konsumen merupakan kegiatan promosi yang tidak bertanggung jawab melalui iklan perumahan yang tidak memuat informasi yang benar mengenai produk, bersifat ekstrageratif, sehingga konsumen menjadi terbujuk dengan akibat dirugikan. Fenomena tersebut dilakukan oleh developer tertentu dalam persaingan usaha yang tidak sehat, iklan dapat menjadi sarana yang menyesatkan konsumen, lalu berpikiran pendek dengan cara mengorbankan konsumen. Permasalahan penelitian ini adalah: “apa saja pengaduan konsumen kepada pengembang perumahan dan bagaimanakah penyelesaian kasus penipuan iklan perumahan yang merugikan konsumen?”. Tujuan penelitian ini adalah mengemukakan penyelesaian kasus penipuan iklan Perumahan Jaya Permai dan mengetahui cara apa sajakah penyelesaian kasus penipuan iklan perumahan dan siapa yang dituntut serta tertuntut.

Pendekatan masalah dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis normatif dimaksudkan sebagai upaya memahami persoalan dengan tetap berada atau bersandarkan pada lapangan atau kajian ilmu hukum, sedangkan pendekatan yuridis empiris dimaksudkan untuk memperoleh kejelasan dan pemahaman dari permasalahan dalam penelitian berdasarkan realitas yang ada.

Unsur-unsur penipuan iklan perumahan oleh pengembang karena pengembang membangun rumah tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, pengembang dapat dikualifikasikan telah ingkar janji atau wanprestasi atau dapat dianggap menipu yang dikategorikan melakukan perbuatan melawan hukum, dan pengembang lari setelah menerima uang muka. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa: 1) Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap penipuan iklan perumahan yang merugikan konsumen dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan mulai dari tingkat pengembang, masyarakat dan penegak hukum 2) Faktor-faktor penyebab terjadinya penipuan iklan perumahan yang merugikan konsumen: faktor perusahaan pengembang, yaitu membangun rumah tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan, ingkar janji atau wanprestasi, dan lari setelah menerima uang muka; faktor masyarakat, yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang informasi tentang perumahan yang layak sesuai harganya dan

kurangnya sosialisasi khususnya pada masyarakat ekonomi menengah yang sangat membutuhkan tempat tinggal; dan faktor penegak hukum, yaitu kurangnya sosialisasi perlindungan hukum bagi masyarakat dengan pengetahuan perumahan dan ekonomi menengah.

Penulis menyarankan dalam penelitian ini: 1) Kepada aparat penegak hukum dan lembaga swadaya masyarakat yang intens menangani masalah perlindungan hukum kepada konsumen hendaknya semakin meningkatkan sosialisasi dalam rangka menyebar luaskan pengetahuan dan kesadaran bagi masyarakat, dengan latar belakang pendidikan dan ekonomi menengah, tentang pentingnya perlindungan hukum kepada konsumen 2) Kepada masyarakat luas pada umumnya, hendaknya semakin meningkatkan kontrol jika membeli rumah, hal ini penting dilakukan guna mengantisipasi potensi terjadinya tindak pidana penipuan iklan perumahan yang merugikan konsumen 3) Kepada perusahaan pengembang hendaknya memperhatikan etika dan profesionalisme dalam kesesuaiannya mempromisikan dan mengiklankan rumah yang dijualnya kepada warga masyarakat untuk dapat meminimalisasi potensi terjadinya tindak pidana penipuan iklan perumahan yang merugikan konsumen yang mungkin dapat terjadi di kemudian hari.