

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen, Konsumen, dan Pelaku Usaha

Hukum Perlindungan Konsumen menurut Az. Nasution adalah hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.¹

Pengertian Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selanjutnya disingkat UUPK 8/1999 adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 9

Pengertian Konsumen dalam Pasal 1 Angka 2 UUPK 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Sementara itu, pengertian Pelaku Usaha dalam Pasal 1 Angka 3 UUPK 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen 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”.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 UUPK 8/1999, yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/jasa yang dikonsumsi dan digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Perlindungan konsumen dalam Pasal 3 UUPK 8/1999 bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dari usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Oleh karena itu, tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen. Tujuan perlindungan konsumen disusun secara bertahap, mulai dari penyadaran hingga pemberdayaan. Pencapaian tujuan perlindungan konsumen tidak harus melalui tahapan berdasarkan susunan tersebut, tetapi dengan melihat urgensinya. Misal, tujuan meningkatkan kualitas barang, pencapaiannya tidak harus menunggu tujuan pertama tercapai adalah meningkatkan kesadaran konsumen. Idealnya, pencapaian tujuan perlindungan konsumen dilakukan secara serempak.²

² Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandar Lampung: Universitas lampung, 2007), hal. 40-41

3. Hak dan Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha

Hak konsumen dalam Pasal 4 UUPK 8/1999, yaitu:

1. Hak atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang
2. Hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang
3. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi dan jaminan barang
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
7. Hak untuk memperoleh ganti kerugian
8. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat
9. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen

Kewajiban konsumen dalam Pasal 5 UUPK 8/1999, yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak pelaku usaha dalam Pasal 6 UUPK 8/1999, yaitu:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

Kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 UUPK 8/1999, yaitu:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
3. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
4. Memberikan kompensasi, ganti rugi, apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

B. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara produsen dengan konsumen dilaksanakan dalam rangka jual beli. Jual beli sesuai Pasal 1457 KUH Perdata adalah suatu perjanjian sebagaimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dalam pengertian ini, terdapat unsur-unsur: perjanjian, penjual dan pembeli, harga, dan barang.

Dalam hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen terdapat hubungan kontraktual (perjanjian). Jika produk menimbulkan kerugian pada konsumen, maka konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada produsen atas dasar tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*). Seiring dengan revolusi industri, transaksi usaha berkembang ke arah hubungan yang tidak langsung melalui suatu distribusi dari pelaku usaha, disalurkan atau didistribusikan kepada agen, lalu ke pengecer baru sampai konsumen. Dalam hubungan ini tidak terdapat hubungan kontraktual (perjanjian) antara produsen dan konsumen.³

C. Akibat Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Akibat hukum akan muncul apabila pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya dengan baik dan konsumen akan melakukan keluhan (*complain*) apabila hasil yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian pada saat transaksi jual beli yang telah dilakukan. Dalam suatu kontrak atau perjanjian apabila pelaku usaha dapat menyelesaikan kewajibannya dengan baik maka pelaku usaha telah melakukan prestasi, tetapi jika pelaku usaha telah lalai dan tidak dapat menyelesaikan

³ Soemali, *Hubungan Antara Konsumen dan Produsen*, <www.soemali.dosen.narotama.ac.id>, diakses pada 10 Juni 2014

kewajibannya dengan baik maka akan timbul wanprestasi. Wanprestasi atau cidera janji adalah tidak terlaksananya prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang telah disepakati didalam kontrak. Tindakan wanprestasi ini membawa konsekuensi timbulnya hak dari pihak yang dirugikan, menuntut pihak yang melakukan wanprestasi untuk memberikan ganti rugi atau penggantian. Ada tiga macam bentuk wanprestasi yaitu: wanprestasi tidak memenuhi prestasi, wanprestasi terlambat memenuhi prestasi, dan wanprestasi tidak sempurna memenuhi prestasi.

D. Brosur

1. Pengertian Brosur

Brosur adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit, biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras.

Pengertian lain dari Brosur yang lebih dikenal dengan sebutan pamflet adalah selebaran (selembar kertas) yang berisi informasi tentang suatu produk atau jasa dari sebuah perusahaan, organisasi, yayasan atau informasi lainnya yang disusun secara sistematis, yang hanya terdiri dari beberapa halaman yang dilipat tanpa menggunakan jilid.⁴

2. Fungsi Brosur

Brosur memiliki tiga fungsi, Pertama, fungsi Informatif: brosur biasanya digunakan untuk menginformasikan kepada pelanggan berkaitan dengan suatu perusahaan.

⁴ *Brosur Iklan antara Fungsi dan Manfaat*, <<http://macam-macambrosur.blogspot.com>> , diakses pada 9 Januari 2014

Informasi ini berkaitan dengan presentasi perusahaan, produk baru atau layanan dari perusahaan yang menawarkan, atau perubahan nama perusahaan. Kedua, fungsi Iklan: brosur sangat penting sebagai iklan atau promosi, yang menarik dan memungkinkan untuk mempromosikan satu atau lebih produk atau jasa. Ketiga, fungsi Identifikasi: desain brosur yang baik digunakan untuk mempertahankan kriteria yang sama melalui semua brosur perusahaan. Jika kriteria ini disatukan dalam semua jenis brosur, itu akan membuat perusahaan mudah diidentifikasi. Ini akan memberikan *prestise* dan *kredibilitas* bagi perusahaan. Hal ini penting, karena tidak hanya memiliki konsep tetapi juga memiliki logo. Sebuah logo yang dirancang dengan baik sangat penting bagi setiap perusahaan untuk langkah pertama dalam memulai kampanye iklan.

Ketiga fungsi tersebut harus memiliki interaksi. Brosur tersebut harus menjadi hasil dari interaksi yang terjadi, jika tidak maka tidak akan efektif. Mungkin salah satu dari ketiga aspek tersebut lebih menonjol dari yang lain, tetapi ini tidak akan mempengaruhi desain brosur Saudara.⁵

E. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Tanggung jawab pelaku usaha tercantum dalam Pasal 19 UUPK 8/1999, yaitu:

- 1). Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

⁵ Apa brosur itu? <<http://www.kiosdigital.net/artikel-cetak-desain/>>, diakses pada 6 April 2014

- 2). Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3). Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4). Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5). Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Inti dari pasal di atas adalah pelaku usaha bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari hasil produk/jasanya. Seperti yang di sebutkan pada pasal 19 ayat (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Berdasarkan ayat 2 pasal yang sama, Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian

ganti rugi tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsure kesalahan.⁶

F. Perumahan dan Perusahaan Pengembang Perumahan (*Developer*)

1. Pengertian Perumahan dan Pengembang (*Developer*)

Perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari pemukiman, baik perkotaan maupun pedesaan, yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni. Sedangkan, rumah adalah bangunan gedung yang berfungsi sebagai tempat tinggal yang layak huni, sarana pembinaan keluarga, cerminan harkat dan martabat penghuninya, serta asset bagi pemiliknya.

Dalam Pasal 5 No. 4 Tahun 1992 dengan tegas disebutkan bahwa setiap warga negara Indonesia mempunyai hak untuk menempati dan memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Dalam penjelasan pasal ini diuraikan bahwa pemenuhan hak warga negara tersebut dapat dilakukan dengan cara membangun sendiri atau dengan cara sewa, membeli secara tunai atau angsuran, hibah dan cara lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut ketentuan Pasal 19 UU No. 1 Tahun 2011 pengadaan pembangunan atau penyelenggaraan rumah dan perumahan tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rumah sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia bagi peningkatan dan pemerataan kesejahteraan rakyat, yang dilaksanakan oleh

⁶ Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

Pemerintah, Pemerintah Daerah dan/atau setiap orang untuk menjamin hak setiap warga negara untuk menempati, menikmati dan memiliki rumah yang layak dalam lingkungan yang sehat, aman, serasi, dan teratur. Penyelenggaraan perumahan meliputi: a) perencanaan perumahan, b) pembangunan perumahan, c) pemanfaatan perumahan, dan d) pengendalian perumahan. Perumahan tersebut mencakup rumah atau perumahan beserta prasarana, dan sarana umum.⁷

Menurut Pasal 5 ayat 1 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 Tahun 1974, disebutkan pengertian Perusahaan Pembangunan Perumahan yang dapat pula masuk dalam pengertian *developer*, yaitu : Perusahaan Pembangunan Perumahan adalah suatu perusahaan yang berusaha dalam bidang pembangunan perumahan dari berbagai jenis dalam jumlah yang besar di atas suatu areal tanah yang akan merupakan suatu kesatuan lingkungan pemukiman yang dilengkapi dengan prasarana prasarana lingkungan dan fasilitas-fasilitas sosial yang diperlukan oleh masyarakat penghuninya.⁸

2. Tanggung Jawab Pengembang (*Developer*) sebagai Pelaku Usaha

Di samping adanya hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan oleh pengembang (pelaku usaha), ada tanggung jawab (*Responsibility*) yang harus dipikul oleh *developer* (pelaku usaha) sebagai bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatannya dalam berusaha. Sehingga diharapkan adanya kewajiban dari *developer* (pelaku

⁷ Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman

⁸ Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 Tahun 1974

usaha) untuk selalu bersikap hati-hati dalam menerbitkan data dan informasi yang ada didalam brosur.

Tanggung jawab (*Responsibility*) dapat didefinisikan sebagai suatu tanggung jawab secara hukum dari orang/badan yang menghasilkan suatu produk

(*producer, manufacturer*), dari orang/badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.

Berbicara mengenai tanggung jawab, maka tidak lepas dari prinsip-prinsip sebuah tanggung jawab, karena prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam perlindungan konsumen.

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan, yaitu :

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*), yaitu prinsip yang menyatakan bahwa seseorang baru dapat diminta pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya;
- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab (*Presumption of liability*), yaitu prinsip yang menyatakan tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan, bahwa ia tidak bersalah, jadi beban pembuktian ada pada tergugat.
- c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*Presumption of nonliability*), yaitu prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, di mana tergugat selalu dianggap tidak bertanggung jawab sampai dibuktikan, bahwa ia bersalah.

- d. Prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict liability*), dalam prinsip ini menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab.
- e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*), dengan adanya prinsip tanggung jawab ini, pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan, maka harus berdasarkan pada perundang-undangan yang berlaku.⁹

Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur khusus dalam BAB VI, mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi :

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan,
- b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran,
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.¹⁰

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti, bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen. Penerapan konsep *product liability* ternyata tidak mudah, dalam system

⁹ Shidarta, *Ibid* , hal. 58.

¹⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 125

pertanggungjawaban secara konvensional, tanggung gugat produk didasarkan adanya wanprestasi (*default*) dan perbuatan melawan hukum (*fault*). Berdasarkan pasal 1365 KUHPerdata, konsumen yang menderita kerugian akibat produk barang/jasa yang cacat bisa menuntut pihak produsen (pelaku usaha) secara langsung. Tuntutan tersebut didasarkan pada kondisi telah terjadi perbuatan melawan hukum. Atau dengan kata lain, konsumen harus membuktikan terlebih dahulu kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Langkah pembuktian semacam itu sulit dilakukan karena konsumen berada pada kondisi yang sangat lemah dibandingkan dengan posisi pelaku usaha. Disamping sulitnya pembuktian, konsumen nantinya juga sulit mendapatkan hak ganti rugi (kompensasi) atas pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan adanya penerapan konsep strict liability (tanggung jawab mutlak), yaitu bahwa produsen seketika itu juga harus bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa mempersoalkan kesalahan dari pihak produsen.¹¹ Jika dicermati sebenarnya UU Perlindungan Konsumen mengadopsi konsep tanggung jawab. Dalam pasal 19 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa:

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengkonsumsi barang/jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

¹¹ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk* (Jakarta: Panta Rei, 2005), hal. 15

Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen menyatakan:

“Pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, pasal 22, dan pasal 23, merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.”

Lebih lanjut apabila membicarakan mengenai tanggung jawab *developer* maka hal tersebut berkaitan dengan tanggung jawab moral *developer* kepada konsumennya. Pada umumnya *developer* yang bernaung dalam Persatuan Perusahaan *Real Estate Indonesia* (REI) memiliki tanggung jawab moral terhadap konsumen. Tanggung jawab moral *developer* ini terangkum dalam kode etik Persatuan Perusahaan *Real Estate Indonesia* yang dikenal dengan “*Sapta Brata*”. Adapun isi dari *Sapta Brata* adalah sebagai berikut:

1. Anggota *Real Estate Indonesia* dalam melaksanakan usahanya senantiasa berlandaskan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.
2. Anggota *Real Estate Indonesia* dalam melaksanakan usahanya senantiasa mentaati segala undang-undang maupun peraturan yang berlaku di Indonesia.
3. Anggota *Real Estate Indonesia* dalam melaksanakan usahanya, senantiasa menjaga keselarasan antara kepentingan usahanya dengan kepentingan pembangunan bangsa dan negara.
4. Anggota *Real Estate Indonesia* dalam melaksanakan usahanya, senantiasa menempatkan dirinya sebagai perusahaan swasta nasional yang bertanggung jawab, menghormati dan menghargai profesi usaha real estate dan menjunjung tinggi rasa keadilan, kebenaran dan kejujuran.

5. Anggota *Real Estate* dalam melaksanakan usahanya, senantiasa menjunjung tinggi AD/ART Real Estate Indonesia serta memegang teguh disiplin dan solidaritas organisasi.
6. Anggota *Real Estate* dalam melaksanakan usahanya, dengan sesama pengusaha senantiasa saling menghormati, menghargai, dan saling membantu serta menghindarkan diri dari persaingan yang tidak sehat.
7. Anggota *Real Estate Indonesia* dalam melaksanakan usahanya, senantiasa memberikan pelayanan pada masyarakat dengan sebaik-baiknya.¹²

Tujuh kode etik tersebut merupakan pedoman bagi seluruh developer anggota *Real Estate Indonesia*.

¹² AD/ART Persatuan Perusahaan Real Estate Indonesia.

Keterangan:

Untuk mempermudah dan memperjelas pembahasan dari permasalahan mengenai perlindungan hukum konsumen perumahan terhadap penerbitan brosur pemasaran, maka diuraikan secara singkat sebagai berikut:

Ketika pengembang mulai memasarkan produknya melalui *brostur*, *flyer*, baliho, iklan *online* dan lain-lain, konsumen bisa mulai memilih unit yang mana yang sesuai dengan keinginan konsumen. Setelah konsumen memilih kavling yang sesuai dengan keinginannya, konsumen bisa langsung menanyakan metode pembayarannya (*cash* atau KPR). Survey lokasi juga penting untuk melihat kondisi area yang akan dibangun perumahan. Setelah konsumen cocok dengan kondisi perumahan tersebut, konsumen bisa melakukan pembayaran *booking fee* atau tanda jadi, dengan menyetorkan sejumlah uang sesuai dengan kesepakatan dan ketentuan yang diterapkan pihak pengembang. Dengan melakukan pembayaran *booking fee* berarti menunjukkan bahwa konsumen telah serius untuk membeli rumah tersebut.

Jika konsumen melakukan pembelian rumah secara *cash*, setelah melakukan pembayaran *booking fee* konsumen bisa melakukan pelunasan pembayaran sesuai peraturan dan ketentuan yang ditetapkan pihak pengembang. Namun jika konsumen melakukan pembelian rumah secara kredit (KPR), konsumen harus melakukan pembayaran *down payment* (DP) dan memenuhi prosedur KPR yang telah ditetapkan. Prosedur KPR tersebut meliputi cara pengajuan KPR dan pemenuhan syarat-syarat KPR yang telah ditetapkan. Setelah KPR disetujui oleh pihak bank, dan pembayaran DP telah dilakukan, maka pembangunan unit rumah harus dilakukan.

Pembangunan unit ini tergantung dari luas unit yang konsumen pilih. Setelah pembangunan unit telah rampung 100%, dan sudah siap untuk melakukan serah terima ke pembeli. Pihak pengembang biasanya akan memberikan masa retensi selama tiga bulan setelah serah terima dilakukan. Masa retensi adalah waktu untuk pihak developer apabila ada keluhan-keluhan mengenai bangunan dan kondisi rumah. Selama masa retensi ini apabila ada kerusakan mengenai bangunan dan kondisi rumah masih menjadi tanggung jawab pihak pengembang. Oleh sebab itu, apabila pengembang melakukan wanprestasi kepada konsumen atas pembangunan perumahan yang dibangun tidak sesuai dengan situasi dan kondisi yang di janjikan di dalam brosur, maka akan timbul hubungan hukum, akibat hukum, dan pertanggungjawaban dari pihak pengembang.¹³

¹³ *Tata Cara Jual -Beli Properti Bagian 4: Membeli Property dari Developer*
<<https://blog.urbanindo.com>>, diakses pada 10 Desember 2013