

ABSTRAK

Tingginya pertumbuhan penduduk serta tingkat urbanisasi di negara berkembang mengakibatkan tingginya kebutuhan atas tempat hunian. Dewasa ini didapati pengembang-pengembang atau developer-developer perumahan yang bersaing untuk menciptakan hunian yang nyaman, murah dan berkualitas. Tidak menutup kemungkinan bahwa pengembang atau developer melakukan upaya-upaya promosi yang salah satunya melalui iklan baik menggunakan media cetak maupun menggunakan media elektronik yang dimana dengan maksud untuk meningkatkan penjualan. Iklan yang dibuat oleh pengembang atau developer haruslah sesuai dengan fakta yang ada, akan tetapi terkadang iklan yang dibuat oleh pengembang atau developer menyimpang dari aturan sehingga merugikan masyarakat. Seperti salah satu developer perumahan yang dalam iklannya dengan sengaja memasukan angka cicilan yang tidak sesuai. Sedangkan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa produsen dalam iklannya wajib menyampaikan informasi yang sebenarnya. Permasalahan hukum yang penulis teliti adalah bagaimana akibat hukum suatu penawaran terhadap pelaksanaan jual beli? Bagaimanakah perlindungan hukum bagi pembeli terhadap penawaran Developer yang berbentuk iklan berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dihubungkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

Metode pendekatan yang digunakan adalah Yuridis Normatif, yaitu penelitian yang didasarkan kepada peraturan perundang-undangan yaitu penulis menggunakan pasal-pasal yang terdapat dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sfesifikasi penelitian yaitu bersifat deskriptif analitis yaitu mendeskripsikan objek penelitian dalam hal ini pada Iklan yang dibuat oleh pengembang atau developer perumahan yang mengandung informasi yang menyimpang dan dapat mengakibatkan kerugian bagi masyarakat, sehingga diperoleh fakta-fakta hukum yang terungkap. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode Yuridis Kualitatif yaitu data di tuangkan dalam bentuk uraian kalimat tanpa menggunakan rumus-rumus atau angka-angka statistik.

Penawaran tidak memiliki suatu akibat hukum jika tidak ada tindak lanjut dari penawaran yang di ajukan karena tidak adanya perbuatan hukum antara pihak yang menawarkan dengan pihak yang ditawarkan, akan tetapi jika penawaran tersebut ditindak lanjuti dan kemudian berujung dengan kesepakatan maka memiliki akibat hukum yang dimana masing-masing pihak dapat menentukannya selama tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Produsen dalam menawarkan produk-produknya melalui media iklan seharusnya taat terhadap peraturan yang ada. Adanya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimana terdapat pasal tersendiri yang mengatur mengenai iklan telah melindungi hak-hak masyarakat sebagai konsumen.