

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan oleh Penulis mengenai jual beli antara debitur dengan developer yang tidak sesuai dengan penawaran iklan berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Suatu penawaran yang tidak ada tindak lanjutnya tidak memiliki akibat hukum dikarenakan tidak ada peristiwa hukum antara produsen dengan masyarakat (konsumen dan/atau calon konsumen) akan tetapi bila ditemukan cacat (ketidaksesuaian) dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia akan memiliki akibat hukum. Penawaran yang ditindak lanjuti dengan perjanjian jual-beli antara konsumen dengan produsen memiliki akibat hukum, karena perjanjian tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya (Pasal 1338 Ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata).
2. Perundang-undangan di Indonesia telah dapat melindungi kepentingan-kepentingan konsumen dari perbuatan licik atau nakal pihak produsen terutama yang penulis teliti mengenai

penawaran dalam bentuk iklan, yang dimana penulis menyimpulkan bahwa hak konsumen dan/atau calon konsumen dalam penawaran bentuk iklan haruslah berisi informasi yang sebenar-benarnya sehingga konsumen/calon konsumen terhindar dari penyesatan yang dilakukan oleh developer pada iklan tersebut yang dimana pihak developer bertujuan untuk mencari keuntungan dari penjualan produksinya. Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah melalui undang-undang kepada konsumen dan/atau calon konsumen Undang-Undang Nomor 8 Pasal 1 Butir 1 Tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

B. Saran

Penelitian yang dilakukan oleh Penulis mengenai jual beli antara debitur dengan developer yang tidak sesuai dengan penawatan iklan berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Penulis menganggap akan lebih baik jika suatu penawaran memiliki akibat hukum tidak hanya dalam ruang lingkup pidana penjara dan pidana denda saja, penulis juga menyarankan bahwa akan lebih baik dalam ruang lingkup perdata juga seperti pengembalian dana konsumen dan/atau calon konsumen yang telah masuk kepada pihak produsen tanpa melalui proses gugatan yang diajukan ke pengadilan, sehingga dapat terciptanya penyelesaian permasalahan yang sederhana, cepat, dan biaya ringan.
2. Penulis menyarankan bahwa akan lebih baik jika ada ketentuan hukum yang mengatur segala bentuk iklan yang akan dikeluarkan oleh pihak produsen harus melalui pemeriksaan yang dilakukan oleh Lembaga Pengawas Periklanan, sehingga dapat diminimalisir pelanggaran-pelanggaran mengenai iklan tersebut terutama mengenai informasi yang dikaburkan (disembunyikan) oleh pihak produsen yang dapat menimbulkan kerugian bagi masyarakat selaku pengonsumsi iklan dari produsen.

DAFTAR PUSTAKA

A. SUMBER BUKU :

Achmad Ichsan, *Dunia Usaha Indonesia*, Jakarta, Pradya Paramita, 1986.

Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*, Ujung Pandang: DKIH Belanda-Indonesia, 1988.

Alo Liliweri, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1992.

Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002.

AZ. Nasution, *Iklan dan Konsumen (Tinjauan dari Sudut Hukum dan Perlindungan Konsumen)*, dalam *Manajemen dan Usahawan Indonesia*, Nomor 3, Thn. XXIII, LPM FE-UI, Jakarta, 1994.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, S.H., M.Hum, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, cet. Keempat, Agustus 2014.

Department Penerangan Republik Indonesia, *Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia*, Direktorat Biina Pers dan Grafika, Jakarta, 1983.

F. R. Davies, *Contract*, Sweet&Maxwell, London, 1970.

G. C. Cheshire and Fifoot, C.H.S, *The Law of Contract*, Fourth Australian Edition, by Higgins, P.F.P., et al., Sidney Butterworths, 1981.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2000.

Gunawan Widjaja dkk, *Jual Beli*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.

Harry Duintjer Tebbens, *International Product Liability*, Sijthoff & Noordhoff International Publishers, Netherland, 1980.

Inosentius Samsul, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Indonesia Fakultas, Jakarta, 2004.

- Janus sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Rhenald Kasali. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*, PT. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta, 1993.
- Komarudin, *Menelusuri Pembangunan Perumahan dan Pemukiman*, Yayasan,REI-PT. Rakasindo, Jakarta, 1997.
- Louis W. Stern dan Thomas L. Eovaldi, *Legal Aspects of Marketing Strategy: Antitrust and Consumer Protection Issues*, Prentice-Hall Inc, New Jersey Englewood Cliffs, 1984.
- M. Yahya Harahap, *Segi – Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986.
- Mariam Darus, *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau dari Segi Standar Kontrak (baku), makalah pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, BPHN-Binacipta, Jakarta, 1980
- Milton Handler, *Business Tort, Case and Materials*, Foundation Press, New York, 1972.
- Mochtar Kusumaatmadja, *Konsep-Konsep Hukum dalam Pembangunan*, Cet. 2, PT.ALUMNI, Bandung, 2006.
- Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2007.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan pengendalian*, Jilid II, Edisi kelima, Erlangga, Jakarta, 1994.
- R. Setiawan. *Pokok-pokok hukum Perikatan Cet III*, Putra Abadin, Bandung, 1999.
- R. Subekti, *Aneka Perjanjian (cetakan ketujuh)*, Alumni, Bandung, 1985.
- Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 2006.
- Salim.H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, Cet I, Sinar Grafika, Jakarta, 2003.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006.

- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Grasindo, 2000.
- Sigit Santosa, *Advertising Guide Book*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002 hlm 3
- Stanley Morganster, *Legal Protection for the Consumer Second Edition*, Dobbs Ferry Oceana Publications Inc, New York, 1978.
- Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi*, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta, 2003.
- Wiryo Prodjodikoro, *Azas – Azas Hukum Perjanjian*, Sumur Bandung, Jakarta, 1973.
- Wiryo Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan Tertentu*, Sumur Bandung, Jakarta, 1961.
- Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT Alumni, Bandung 1986.

B. SUMBER PERUNDANG-UNDANGAN :

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang No.25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (SPPN).
- Surat Keputusan Bersama 3 Menteri No: 648-384 tahun 1992 tentang Pedoman Pembangunan Perumahan Dan Permukiman dengan Lingkungan Hunian Yang Berimbang