

KEPASTIAN DAN PERLINDUNGAN HUKUM PADA PEMASARAN PROPERTI DENGAN SISTEM *PRE PROJECT SELLING*

Purbandari

Fakultas Hukum Universitas MPU Tantular

ABSTRACT

Pre Project Sales system is the selling before the property was constructed in which the property is in still in the form of images or concepts. The objective of this writing is to discuss and explore more in order to know how the certainty and legal protection provided by the Government to the customers in pre project sales. The method used library research related to the rules and laws and the collected data was analyzed descriptively. The conclusion is that the developer can be put in court in case of the purchase agreement issued by the developer is failed to the reality of the pre-project sales system agreed.

PENDAHULUAN

Maraknya pembangunan perumahan beberapa tahun terakhir ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat dalam menarik pembeli. Dampaknya adalah timbul cara yang praktis dan cepat untuk menjual properti baik yang berupa perkantoran, perumahan maupun apartemen oleh para pengembang terutama oleh divisi marketing (pemasaran) yang dikenal dengan sistem *pre project selling*. Konsep pemasaran ini menjadi tren pada saat ini, terutama bagi para pengembang proyek pemukiman (*developer*) biasanya dilakukan oleh pengembang dengan melakukan penjualan atau pemasaran sebelum produk properti yang bersangkutan terwujud, bahkan ada pula pengembang proyek yang melakukan konsep pemasaran *pre project selling* sebelum dilengkapi persyaratan antara lain Izin Mendirikan Bangunan (IMB), izin Konstruksi dan izin-izin lainnya.

Konsep *pre project selling* sebenarnya merupakan suatu *test* pasar untuk mengetahui bagaimana reaksi konsumen terhadap produk properti yang dipasarkan. Dalam perkembangannya, *test* pasar yang semula tertutup, kemudian dalam praktek dibuat terbuka dan dimanfaatkan langsung oleh pengembang. Dengan demikian penjualan diharapkan dapat menjual secepat dan sebanyak mungkin produk properti itu.

Banyaknya peluncuran proyek baru yang diduga belum memiliki perizinan yang lengkap. Hal ini menyebabkan mantan Gubernur DKI Jakarta Sutiyoso

pengembang yang bermaksud meluncurkan proyeknya, harus memiliki seluruh perizinan yang dibutuhkan serta menunda perizinan dimaksud jika pengembang tetap melakukan pemasaran terlebih dahulu (*pre-project sales*) sebelum memenuhi persyaratan administrasi. (Majalah Bisnis peroperti, 2004;114)

Daya tarik konsep pemasaran *pre project selling* ini sangat besar jika dilihat dari berbondong-bondongnya konsumen atau orang-orang yang mengunjungi acara *pre launching* atau *pro sale* dan sejenis ini. Biasanya para calon konsumen tergiur potongan harga sebesar 15 % sampai dengan 20 % yang diberikan oleh pengembang. Di samping potongan harga tersebut diberikan juga bonus alat-alat elektornik yang besarnya mencapai jutaan rupiah bahkan sampai puluhan juta rupiah.

Para calon pembeli haruslah teliti dulu sebelum membeli sesuai dengan nasihat yang terkesan *klise*, terutama bagi calon pembeli rumah, nasihat ini harus diperhatikan sehingga mereka harus mengetahui dengan benar mengenai siapa pengembang, kualitas bangunan dan sebagainya, sehingga tidak menyesal dikemudian hari. Konsumen hanya diyakini melalui brosur, maket, rumah contoh dan penawaran staf pemasaran yang berpenampilan menarik, padahal jelas sekali produknya masih berupa konsep. Daya tarik yang diberikan tersebut bukan hanya berkisar pada hadiah ataupun potongan harga yang diberikan namun banyak digunakan para

masyarakat konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kepastian dan perlindungan hukum pada pemasaran produk *property* apabila terjadi penjualan rumah fiktif oleh pengembang proyek. Metode yang digunakan adalah: (1) Penelitian hukum deskriptif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui secara tepat bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam system *pre project selling*, (2) Penelitian hukum normatif dan empiris praktis yaitu suatu penelitian yang mengkaji peraturan-peraturan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen.

PEMBAHASAN

Pre Project Selling

Pre Project Selling merupakan penjualan sebelum proyek dibangun di mana properti yang dijual tersebut baru berupa gambar atau konsep. Dalam pelaksanaannya di Indonesia dilakukan penyesuaian sehingga ada pengembang proyek yang melaksanakan *pre project selling* sebelum prasarana dan sarana dibangun, tetapi ada juga yang memasarkan setelah sarana dan prasarana tersebut telah dibangun.

Konsep pemasaran ini memang sangat menguntungkan pengembang karena relatif menolong perputaran uang pengembang. Beban investasi yang harus ditanggungnya untuk pembangunan konstruksi proyek tersebut terbantu dana pesanan dari konsumen, yang besarnya berkisar antara dua puluh persen sampai dengan tiga puluh persen. Uang *indent* bank untuk memberikan kredit konstruksi kepada pengembang. Dengan adanya pesanan ini juga dapat mempermudah perusahaan, karena pengembang tidak perlu menyediakan modal pengembangan didepan untuk biaya pembangunan yang cukup besar.

Selain itu keadaan pasar juga sudah pasti sehingga unsur spekulasinya lebih kecil. Dalam hal ini terdapat kepercayaan antara penjual dan pembeli, yaitu pengembang percaya bahwa konsumen akan melunasi pembayaran yang disepakati sesuai dengan jadwal.

Menurut Erwin Kallo (Majalah Estate,2006:22)., beberapa kata kunci dalam pembelian *pre project selling*, yaitu:

a. Cek legalitas proyek, seperti sertifikat atau akta jual

beli tanah, Surat Izin Penunjukkan Penggunaan Tanah, izin Mendirikan Bangunan, dan lain-lain

b. Jika untuk dihuni sendiri, rumah harus berada di lokasi yang paling menunjang aktifitas.

c. Harga *property pre project selling* harus lebih murah dibandingkan dengan rumah yang sudah jadi

d. Upayakan memastikan kredit pemilikan rumah atau apartemen akan diperoleh sebelum membayar uang muka.

e. Perhitungkan juga penyelesaian proyek dengan berkala atau cicilan.

f. Cermati butir-butir perjanjian pengikat jual beli, jangan sampai pasal-pasal nya hanya menguntungkan pihak pengembang.

Menurut Dasri Novian (Bisnis Properti,2005:166), pada umumnya persyaratan perizinan pembangunan proyek properti di setiap daerah itu sama, hanya kadangkala terdapat beberapa perbedaan teknis. Secara garis besar, persyaratan izin administratif yang harus dilengkapi oleh pengembang adalah:

a. Izin Prinsip/Izin Lokasi/Surat Izin penunjukan Penggunaan Tanah (SIPPT) dari instansi terkait.

b. *Site Plan*, dibuat oleh pengembang dengan persetujuan pemerintah daerah setempat yang berisi perencanaan lahan yang akan dibangun serta peruntukan dan bentuknya.

c. Izin Mendirikan Bangunan (IMB), permohonan Izin Mendirikan Bangunan diajukan kepada Suku Dinas Pengawasan Pembangunan Kota (SDPKK) Pemerintah daerah.

d. Izin Penggunaan Bangunan (IPB) diberikan oleh pemerintah daerah setempat setelah bangunan selesai dibangun.

Beberapa konsumen yang awam, sebelum membeli rumah atau apartemen harus mengetahui kiat-kiat membeli rumah atau apartemen agar tidak dirugikan kemudian hari, yaitu:

a. Lokasi

b. Harga atau bentuk tagihan

c. Sumber dana

d. Dokumen. (Properti Indonesia,Maret 2006; 34).

Hal lain yang perlu dicermati dari konsep pemasaran *pre project selling* adalah kenaikan harga properti terhadap perekonomian nasional. Pasar semu yang

mewarnai fenomena *pre project selling* di sektor properti ini seharusnya diwaspadai oleh lembaga-lembaga yang mendukung pendanaan proyek tersebut yaitu lembaga-lembaga keuangan. Apabila terjadi kemacetan baik sumbernya yang berasal dari pengembang maupun konsumen, lembaga lembaga keuangan yang bertindak sebagai pendukung dana itulah yang akan menanggungnya. (Majalah Properti Indonesia,1994:21).

Pengembang dan Proses Transaksi

Dari hasil wawancara dengan staf pemasaran salah satu pengembang yang menggunakan konsep *pre project selling*, diperoleh tahapan tahapan umum sebagai berikut:

1. *Pre launching*; adalah suatu tahapan awal di mana peluncuran suatu Produk yang dilaksanakan sebelum launching atau *grand launching*. Hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen pada saat *pre launching* adalah:
 - a. Pembagian brosur.
 - b. Daftar harga
 - c. *Site plan*.
 - d. Uang tanda jadi Rp.5.000.000,- (lima juta rupiah), dimana uang tersebut hangus apabila pembelian batal.

Pada saat *pre launching* tersebut pengembang hanya menampilkan contoh rumah dalam bentuk maket disertai brosur-brosur gambar rumah dan daftar harga dari setiap unit.

2. *Launching* atau *grand launching* ini justru merupakan penjualan sebenarnya yang dilakukan oleh pengembang yang diadakan setelah tiga sampai dengan tujuh hari *pre launching*. Biasanya menghadirkan aneka hiburan yang didukung oleh artis-artis Ibu kota ternama yang diselenggarakan di hotel yang berbintang. Pada saat *launching* ini para calon konsumen yang hendak membeli rumah dengan konsep *pre project selling* para calon konsumen disodorkan oleh pengembang selebar formulir baku yang disebut dengan formulir pemesanan yang mencantumkan ketentuan-ketentuan yang harus dipatuhi oleh calon konsumen, seperti:

- a. Uang pesanan dibayar paling lambat dua jam sejak pesanan diajukan.
- b. Administrasi pesanan paling lambat tiga jam sejak pesanan diajukan.
- c. Calon pembeli hanya dapat membeli paling banyak dua unit.

- d. Apabila sampai nama calon pembeli yang ada di foto kopi Kartu Tanda Penduduk sudah dipakai lebih dari dua unit, maka pemesanan batal secara otomatis dan uang pemesanan akan dikembalikan.

- e. Formulir ini bukan merupakan surat pemesanan dan penerimaan tanda jadi.

Pada saat *launching* tersebut, diharapkan konsumen benar-benar pasti untuk membeli rumah dari pengembang, dan dilaksanakanlah pembayaran uang muka yang merupakan pembayaran tahap pertama. Pembelian secara bertahap atau mencicil besarnya antara dua puluh persen sampai dengan tiga puluh persen. Setelah pembayaran angsuran pertama, konsumen dalam jangka waktu kurang lebih empat belas hari dipanggil, baik itu melalui surat pos atau melalui pesawat telepon oleh bagian administrasi penjualan pengembang yang memberitahukan untuk menandatangani surat perjanjian pengikatan jual beli, sesuai dengan Surat Pemesanan dan Tanda Jadi, yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak.

Pihak-pihak yang terkait langsung dalam *launching* (peluncuran produk) adalah:

1. Pengembang: terlibat langsung dalam launching baik untuk menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dan untuk menyambut calon pembeli.
2. Calon pembeli: adalah para konsumen *enduser* ataupun para *investor* yang membeli produk properti dari pengembang melalui karyawan pemasaran atau *broker*.
3. Agen atau broker: bertindak sebagai wakil pengembang dan sekaligus wakil pembeli. Praktek ini tidak lain adalah perpanjangan tangan dari pengembang.
4. Bank: yang sudah ditunjuk atau yang sudah melakukan kerja sama dengan pihak pengembang dalam bentuk suatu perjanjian kerja sama yang dituangkan dalam suatu akta.

Apabila pembelian tidak melalui bank, maka konsumen dapat membayar secara tunai bertahap yang biasanya mendapat potongan harga berkisar antara 5 % sampai dengan 10 % persen, apabila pembayaran dilakukan tiap-tiap bulan dalam jangka waktu 10 bulan sampai 15 bulan.

Hak dan Kewajiban Konsumen

Menurut Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani (2003

: 30). secara umum hak dan kewajiban dari konsumen ada sebagai berikut:

1. Hak konsumen

(a). Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa. (b). Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. (c). Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. (d). Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan. (e). Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. (f). Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen. (g). Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. (h). Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

2. Kewajiban konsumen

(a). Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. (b). Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. (c). Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. (d). Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Hak pelaku usaha

(a). Menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. (b). Mendapatkan perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. (c). Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen. (d). Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. (e). Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan.

4. Kewajiban pelaku usaha

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha.

b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

d. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi dan diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.

f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB)

Perjanjian pengikatan jual beli merupakan suatu hubungan hukum yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang memberikan hak pada satu pihak dan kewajiban kepada pihak lain tentang sesuatu prestasi. Perjanjian merupakan hubungan hukum yang dilakukan oleh yang berhak atas prestasi dan pihak debitur yang wajib melaksanakan berada dalam lingkungan hukum diatur oleh undang-undang adalah suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih yang menimbulkan kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.

Sebelum membeli rumah sebaiknya konsumen harus memahami isi dari perjanjian pengikatan jual beli. Adapun hal-hal penting yang perlu diperhatikan dari isi perjanjian pengikatan jual beli yang dikeluarkan oleh salah satu pengembang, adalah:

1. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang perubahan kebijakan fiskal dan moneter.

Apabila kemudian hari terjadi perubahan kebijakan fiskal dan moneter dari pemerintah Republik Indonesia, maka seluruh jumlah sisa pembayaran yang masih menjadi kewajiban pembeli kepada penjual dapat

disesuaikan dengan adanya perubahan kebijakan tersebut.

2. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang pelaksanaan bangunan.

Penjual berkewajiban untuk menyelesaikan bangunan selambat lambatnya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak atau terhitung sejak tanggal perjanjian pengikatan jual beli rumah. Dalam hal ini jika disebabkan oleh atau terjadi keadaan memaksa (*force majeure*) yang merupakan hal yang di luar kemampuan penjual, seperti bencana alam, perang, pemogokan, huru-hara, kebakaran, banjir dan peraturan-peraturan atau kebijaksanaan pemerintah di bidang moneter.

3. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang perbaikan atau pemeliharaan bangunan.

Penjual atas permintaan pembeli akan melakukan perbaikan-perbaikan atas kerusakan atau kesalahan konstruksi yang terjadi pada bangunan karena kesalahan penjual untuk jangka waktu tiga bulan terhitung sejak tanggal yang ditentukan dalam surat pemberitahuan. Apabila dalam waktu tiga bulan setelah tanggal ditetapkannya serah terima tanah dan bangunan dan pembeli tidak datang dan menandatangani berita acara serah terima, maka masa pemeliharaan atau perbaikan oleh penjual kepada pembeli tersebut ditiadakan atau dihilangkan.

4. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang pengalihan hak dan kewajiban.

Dalam hal penjual memberikan persetujuan tertulis kepada pembeli untuk mengalihkan tanah dan bangunan kepada pihak ketiga, maka pembeli menyetujui serta sepakat untuk membayar biaya administrasi kepada penjual.

5. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang jaminan penjual.

Penjual menjamin kepentingan pembeli bahwa tanah dan bangunan yang menjadi obyek dari pengikatan jual beli ini adalah hak penjual sepenuhnya, tidak berada dalam keadaan sengketa, tidak dikenakan sita jaminan oleh instansi yang berwenang. Sehubungan dengan jaminan tersebut di atas, penjual membebaskan pembeli dari segi tuntutan yang timbul dikemudian hari baik dari segi perdata maupun pidana atas tanah dan bangunan.

6. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang

penandatanganan akta jual beli.

Penjual dan pembeli sepakat satu sama lain bahwa para pihak akan melangsungkan dan menandatangani akta jual beli mengenai tanah dan bangunan di hadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT).

7. Isi perjanjian pengikatan jual beli tentang perselisihan antara penjual dengan pembeli.

Apabila terjadi perselisihan, perbedaan pendapat maupun sengketa yang timbul sehubungan atau sebagai akibat dari perjanjian ini, maka penjual dan pembeli akan menyelesaikan secara musyawarah.

Perlindungan Terhadap Konsumen

Menurut Shidarta (2000:136) perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta memberikan akses informasi tentang suatu produk.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah, adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.

Pemberdayaan konsumen itu adalah dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai akses negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan atau jasa kebutuhannya. Selanjutnya dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta bendanya. (*Aspek Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1999*).

Posisi konsumen yang lemah harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat dan tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan atau pengayoman kepada masyarakat

Penyelesaian Sengketa Konsumen

Menurut Shidarta (2000:135) sengketa konsumen

adalah sengketa berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Lingkupnya mencakup semua segi hukum, keperdataan, pidana maupun tata negara. Proses beracara dalam penyelesaian sengketa konsumen itu diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen ternyata memiliki kekhasan, yaitu sejak awal para pihak yang berselisih, khususnya dari pihak konsumen, dimungkinkan penyelesaian sengketa itu mengikuti beberapa lingkungan peradilan, misalnya peradilan umum, atau konsumen memilih jalan penyelesaian di luar pengadilan.

Penyelesaian di peradilan umum

Dalam Kasus perdata di pengadilan negeri, pihak konsumen yang diberi hak mengajukan gugatan sebagai berikut:

1. Konsumen yang dirugikan atau ahil warisnya yang bersangkutan.
2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasar menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi itu adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
4. Pemerintah dan atau instansi terkait jika barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit.

Penyelesaian di Peradilan Tata Usaha Negara

Keberadaan Peradilan Tata Usaha Negara sering dianggap sebagai unsur utama berdirinya suatu negara hukum Eksistensi Peradilan Tata Usaha Negara sendiri relatif masih baru di Indonesia. Secara substantif pengaturannya tercantum dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1986 Tentang Peradilan Tata Usaha Negara. Lingkungan Peradilan Tata Usaha Negara merupakan salah satu pelaksana kekuasaan kehakiman bagi pencari keadilan yang terlibat sengketa tata usaha negara. Yang dimaksud dengan sengketa tata usaha negara adalah sengketa yang timbul dalam bidang tata usaha negara antara orang atau badan hukum perdata di pusat maupun di daerah, sebagai akibat dikeluarkannya keputusan tata

usaha Negara.

Dalam hal untuk memudahkan akses masyarakat, khususnya konsumen, dalam berhubungan dengan pelayanan aparat birokrasi negara, bertugas menerima pengaduan dari masyarakat atas kerugian yang dideritanya akibat perilaku penyelenggara pemerintah. Di Indonesia komisi direalisasikan berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 1555 Tahun 1999 Tentang Tim Pengkajian Pembentukan Lembaga Ombudsman.

Penyelesaian di luar pengadilan

Dalam mengatasi berliku-likunya proses pengadilan, Undang Undang Perlindungan Konsumen memberi jalan alternatif dengan menyediakan penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah Pasal 45 ayat (4), mengatur sebagai berikut:

Jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya itu dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Transaksi Perlindungan Konsumen

Pemahaman perlindungan konsumen lebih dimudahkann dengan tinjauan pada tahapan analisis transaksi konsumen. Dengan transaksi konsumen dimaksudkan proses terjadinya peralihan pemilikan rumah tinggal dari pengembang kepada konsumen. Tahap transaksi konsumen terdiri dari tiga tahap, yaitu:

- 1. Tahap pra transaksi konsumen;** Pada tahap ini, transaksi pembelian rumah tinggal belum terjadi. Konsumen bijak yang akan mengadakan transaksi pembelian rumah tinggal harus mempertimbangkan pembeliannya dengan mengkaitkan pada dana atau uang yang dimilikinya. Dengan demikian dalam tahap ini yang paling utama bagi konsumen ada informasi atau keterangan yang benar, jelas dan jujur serta akses untuk mendapatkannya dari pengembang yang beritikad baik dan bertanggung jawab. Dalam menyelenggarakan penyediaan komoditi kebutuhan konsumen tersebut, informasi yang disediakan pengembang haruslah benar materinya, yaitu memberikan keterangan yang benar berkaitan dengan bahan-bahan yang akan digunakan.
- 2. Tahap transaksi konsumen;** Pada tahap ini terjadi proses peralihan kepemilikan dari pengembang kepada

konsumen, dimana telah terdapat kecocokan pilihan dengan persyaratan pembelian serta harga yang harus dibayarnya. Hal-hal yang menentukan adalah syarat-syarat perjanjian pengalihan pemilikan rumah tinggal tersebut. Dalam kaitan ini, perilaku pengembang sangat menentukan, seperti penentuan harga produk konsumen, penentuan persyaratan perolehan dan pembatalan perolehannya, klausula-klausula, khususnya klausula baku yang mengikuti transaksi dan persyaratan-persyaratan penjaminan, keistimewaan atau keunggulan yang dikemukakan dalam transaksi dan persyaratan-persyaratan jaminan. Informasi itu dapat berupa informasi lisan maupun tulisan atau dengan menggunakan media elektronik dalam segala bentuknya.

3. Tahap purna transaksi konsumen; merupakan tahapan pemakaian, penggunaan dan atau pemanfaatan rumah tinggal yang telah beralih pemilikinya atau pemanfaatannya dari pengembang kepada konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Sistem *Pre Project Selling* yang banyak digunakan dalam pemasaran properti di Indonesia, membuka banyak peluang bagi pengembang berspekulasi, bahkan sampai etika berbisnis tidak dihiraukan sama sekali, termasuk juga hal-hal yang menyangkut pemberian perlindungan hukum pada konsumen.
2. Konsep dari *pre project selling* sebenarnya tidak hanya satu tes pasar untuk mengetahui bagaimana reaksi konsumen. Konsumen atau pasar telah merekam dalam memorinya tentang *record* pengembang, terutama siapa saja yang telah merugikan atau mengecewakannya, yang kemudian akan menjadi basis kekuatan konsumen properti dalam menyeleksi pengembang.
3. Perjanjian pengikatan jual beli yang dibuat oleh pengembang yang memasarkan protertinya berdasarkan

konsep *pre project selling* terhadap pengembang dengan konsumen, dan surat perjanjian pengikatan jual beli yang dimaksud merupakan undang-undang bagi pengembang dan konsumen dengan segala akibat hukumnya.

Saran-saran

Pengembang patut memperhatikan nilai-nilai etika berbisnis, dan perlu dibentuk suatu lembaga yang mengatur secara rinci tentang apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan perusahaan pengembang dan individu-individu perusahaan pengembang. Misalnya; suatu proyek properti tidak dapat dipasarkan sebelum hak kepemilikan dan penguasaan tanahnya belum jelas secara hukum; draf perjanjian harus terbuka dan fair; tidak menjadikan fasum atau fasos yang tidak akan dibuatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat Undang-undang Nomor 9 Tahun 1999,
Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat Undang-undang Nomor 9 Tahun 1999,
Bisnis Properti, *Persyaratan Pengembang Properti*, Nomor 22, Juni 2005.
Edward W. Clindiff, Terjemahan, *Dasar-Dasar Marketing Modern*, Yogyakarta: Liberty, 1988.
Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka, Jakarta Utama, 2003.
Indonesia, Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999, Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1999.
Iwan Tirta, *Medan Laga Bernama Bisnis Properti*, <http://www.swa.co.id>, 24 April 2006.
Kurniawan Roby, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Pre Project Selling di Indonesia*, <http://adln.lib.unair.ac.id>, 13 Maret 2006.
Majalah Estate, *Agar Tidak Terjebak Presale*, Volume 3, Maret 2006.
Majalah Properti Indonesia, *Mewaspada Pre Project Selling*, Volume 8, September 1994.
Membeli Gambar Mengobral Resiko, Volume 8, September 1994.
Plus Minus Pemasaran Pre Project Selling, Volume 8, September 1994.
Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta : Grasindo, 2000.
“,<http://pemantauperadilan.com/detil.php?id=94&tipe=opini>, 18 Mei 2006.;
“,http://pemantauperadilan.com/detil/det_il.php?id=94&tipe=opini, 18 Mei 2006.

**PERLINDUNGAN HUKUM ADALAH
KEBUTUHAN MUTLAK BAGI KONSUMEN**