

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Setiap masyarakat pasti mendambakan tinggal di suatu hunian yang nyaman dan aman. Dalam rangka memenuhi kebutuhannya itu, masyarakat membeli hunian baik untuk ditinggali seorang diri maupun dengan keluarga tercinta. Saat ini telah banyak bentuk dan tipe hunian yang disediakan. Ada orang yang lebih memilih tinggal di rumah pribadi yang ada di dalam perumahan, ada pula orang yang memilih untuk tinggal di rumah bertingkat yang sudah lengkap dengan fasilitas yang tersedia, seperti rumah susun. Menurut pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2011 rumah susun adalah

“Bangunan gedung bertingkat yang dibangun dalam suatu lingkungan yang terbagi dalam bagian-bagian yang distrukturkan secara fungsional, baik dalam arah horizontal maupun vertikal dan merupakan satuan-satuan yang masing-masing dapat dimiliki dan digunakan secara terpisah, terutama untuk tempat hunian yang dilengkapi dengan bagian bersama, benda bersama, dan tanah bersama.”

Masing-masing orang memiliki alasan berbeda untuk memilih tinggal di tempat bentuk hunian pilihannya sendiri. Bagi orang yang memilih rumah pribadi yang dekat dengan pemukiman, mereka menginginkan agar mereka tidak perlu membagi-bagi haknya dengan orang yang tinggal di dalam satu bangunan dengannya, sedangkan orang yang tinggal di rumah susun mungkin lebih mengutamakan unsur praktis dari seluruh fasilitas yang telah disediakan oleh pengelola rumah susun.

Minat masyarakat yang semakin tinggi akan rumah susun, mendorong para pengembang untuk membangun lebih banyak rumah susun dibanding perumahan. Hal ini juga didukung oleh faktor-faktor lain yaitu penghematan lahan dengan dibangunnya rumah susun, serta adanya keuntungan yang dapat diambil oleh pengelola secara berkala dalam pemungutan biaya bulanan dan biaya tahunan para penghuni. Hal ini yang menyebabkan bisnis rumah susun lebih menguntungkan dari pada perumahan. Dari segi kelebihan dalam lingkup tata ruang dengan pembangunan rumah susun, sebidang tanah bisa digunakan secara optimal sebagai tempat tinggal bertingkat yang menampung sekian dan sebanyak mungkin orang. Melalui pembangunan rumah susun optimasi penggunaan tanah secara vertikal sampai beberapa tingkat akan lebih efektif daripada optimasi penggunaan tanah secara horizontal.¹

Menurut pasal 13 ayat (2) Undang-Undang rumah susun, rumah susun dapat dibagi menjadi rumah susun umum, rumah susun khusus, rumah susun negara, dan rumah susun komersial. Dari semua jenis rumah susun ini, rumah susun komersial adalah jenis rumah susun yang peminatnya banyak dari kalangan menengah ke atas, dan merupakan jenis rumah susun yang menjadi topik penelitian ini, khususnya dalam bentuk apartemen.

Dalam memasarkan propertinya, proses promosi merupakan bagian penting dari penjualan apartemen. Proses promosi dilakukan dengan memasarkan dan menonjolkan sisi unik dari properti yang akan dijual, seperti contoh adanya teknologi baru yang membuat pekerjaan penghuni rumah susun menjadi lebih

¹ Ridwan Halim, *Hak Milik, Kondominium, dan Rumah Susun*, (Jakarta: Puncak Karma, 1990) hal. 299

praktis. Ada pula teknologi penghematan energi yang menjadi suatu kelebihan yang dimiliki pengembang rumah susun berbentuk apartemen. Dari keunikan-keunikan yang ditonjolkan inilah maka para konsumen melakukan pertimbangan pembelian apartemen.

Setelah proses promosi dilakukan, para peminat yang membeli rumah susun mengadakan perjanjian yang disebut Perjanjian Pengikatan Jual Beli (PPJB) yang biasanya diawali dengan uang muka yang telah disepakati oleh masing-masing pihak. Dalam PPJB tersebut tertera hal-hal seperti pihak yang melakukan kesepakatan, kewajiban bagi penjual, uraian objek pengikatan jual beli, jaminan penjual, waktu serah terima bangunan, pemeliharaan dan penggunaan bangunan, pengalihan hak, pembatalan pengikatan, dan perselisihan yang dapat diperkarakan ke pengadilan. Kewajiban bagi penjual seperti melakukan serah terima unit apartemen yang sesuai dengan uraian objek pengikatan jual beli yang telah disepakati bersama. Pemeliharaan yang berupa penyediaan fasilitas air, dan listrik dengan kualitas yang sudah dijanjikan merupakan komponen dari objek jual beli juga penting untuk diperhatikan oleh konsumen, karena banyaknya kasus penyediaan fasilitas yang tidak sesuai dengan kesepakatan objek jual beli, hal ini sering terjadi karena kegiatan penandatanganan PPJB biasanya dilakukan sebelum suatu unit apartemen jadi.

Kasus mengenai pemasaran rumah susun yang tidak sesuai dengan yang dipasarkan dapat dilihat dalam kasus gugatan Suhari (Penggugat I), dan Ang Siu Tin (Penggugat II) kepada PT Kencana Unggul Sukses (Tergugat I), dan PT Prima Buana Indonesia (Tergugat II) dan PT Tirta Kelola Sukses (Penggugat III).

Penggugat I dan II adalah konsumen (suami-istri) apartemen Greenbay Pluit terletak di Pluit, Jakarta Utara yang pengembangnya adalah Tergugat I, sedang pengelolanya adalah Tergugat II. Tergugat I dan II memakai jasa Tergugat III untuk pengelolaan air di apartemen tersebut. *Sea Water Reverse Osmosis*(SWRO) adalah kelebihan dari apartemen Greenbay Pluit yang dibawa-bawa untuk menarik minat para konsumen. SWRO ini ditonjolkan karena merupakan teknologi canggih, yang memungkinkan pengguna air untuk meminum langsung air yang dikeluarkan dari keran apartemen. Kondisi air SWRO faktanya tidak sesuai dengan janji promosi.

Kasus ini bermula dari Penggugat I yang sedang menyimpan air di dalam bak kecil, namun air tersebut lama-lama berubah warna menjadi kuning. Merasa yang tidak beres, ia lantas pergi untuk memeriksa kandungan yang ada di dalam air yang selama ini dipakainya, Saat dilakukan pemeriksaan penggugat terkejut karena air yang ia pakai selama ini adalah Brackish Water Reverse Osmosis (BWRO) yang merupakan air limbah yang tidak layak dikonsumsi, padahal pihak Turut tergugat III sudah menyatakan bahwa air yang dikelola oleh apartemen Greenbay Pluit tersebut adalah SWRO. Akibat hal tersebut, Penggugat I dan II lalu mengajukan gugatan per tanggal 20 Juni 2016 dengan gugatan “Perbuatan Melawan Hukum” kepada Pengadilan Negeri Jakarta Utara.

Gugatan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) diajukan karena ketentuan mengenai SWRO ini tidak diatur pertanggung jawabannya di dalam PPJB, sehingga tidak diatur mengenai sanksi hukum yang dapat diterima pengelola dan pengembang yang tidak memenuhi kualifikasi SWRO ini. Terlebih lagi isi PPJB

antara para penggugat dan tergugat tersebut cenderung berisi pengalihan tanggung jawab para tergugat. Para penggugat merasa bahwa Para Tergugat sudah melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan latar belakang ini, maka perlu diteliti tentang hak-hak dan akibat hukum terhadap para pihak dalam jual-beli apartemen yang tidak sesuai dengan janji pada pemasarannya.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana pengaturan mengenai promosi produk berdasarkan UUPK?
2. Bagaimana UUPK dapat diimplementasikan pada ketidaksesuaian janji pada masa promosi dengan kenyataan seperti pada peristiwa penjualan apartemen Greenbay Pluit?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menelusuri dan memahami pengaturan yang dapat diterima oleh pengelola dan pengembang rumah susun berbentuk apartemen yang telah memasarkan produk yang tidak sesuai dengan kondisi yang disebutkan saat promosi.

2. Untuk Menganalisis implikasi UUPK terhadap ketidaksesuaian janji promosi dalam peristiwa apartemen Greenbay Pluit.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis :

1. Segi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, bagi yang membutuhkan sumber informasi teoritis tentang hal-hal yang harus dipatuhi oleh pengembang dan pengelola rumah susun berbentuk apartemen yang memasarkan produknya kepada konsumen, serta akibat-akibat hukum yang dapat timbul dari pelanggaran atas hal-hal tersebut secara perdata.

2. Segi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat dijadikan bahan masukan kepada para pihak dalam pengambilan kebijakan di berbagai instansi terkait seperti praktisi hukum maupun kalangan akademisi yang melibatkan banyak pihak mengenai upaya yang mampu memberikan kepastian hukum bagi para pelaku jual-beli rumah susun berbentuk apartemen yang melakukan kegiatan promosi yang diharapkan sesuai dengan keadaan yang akan ada nantinya setelah apartemen dibangun.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika dari hasil penelitian ini terdiri dari lima bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori informasi mengenai rumah susun yang termasuk dalam pengadaan fasilitas yang tersedia di rumah susun tersebut, perlindungan konsumen terutama bagi konsumen rumah susun, kegiatan promosi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Perikatan dalam pembelian rumah susun, dan pengertian SWRO (*Sea Water Reverse Osmosis*). Selain ini juga akan diuraikan mengenai landasan konseptual yang disesuaikan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, prosedur pengumpulan data dan sifat analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan pembahasan atas penelitian yang dibatasi pada rumusan masalah yang telah diuraikan pada Bab II. Hasil penelitian akan

diuraikan pada bab ini adalah mengenai pengaturan yang dapat diterima oleh pengelola dan pengembang rumah susun berbentuk apartemen yang telah memasarkan produk yang tidak sesuai dengan kondisi yang disebutkan saat promosi. Selain itu membahas kasus dengan menganalisis implementasi pengaturan promosi produk terhadap apartemen Greenbay Pluit.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari jawaban permasalahan yang menjadi objek penelitian dan saran-saran yang diberikan agar penelitian ini memperoleh manfaat yang sesuai dengan penyampaian pada bab I.

