

BAB III

TINJAUAN TEORI PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Perlindungan Konsumen

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah “konsumen” sebagai defenisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK menyatakan, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan untuk tidak diperdagangkan. Sebelum muncul UUPK, yang diberlakukan pemerintah mulai 20 april 2000, praktis hanya sedikit pengertian normatif yang tegas tentang konsumen dalam hukum positif Indonesia. Dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara (Ketetapan MPR No. II/MPR/1993) disebutkan kata konsumen dalam rangka membicarakan tentang sasaran bidang perdagangan sama sekali tidak ada penjelasan lebih lanjut tentang pengertian istilah ini dalam ketetapan tersebut.

Diantara ketentuan normatif itu terdapat Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dari Persinggan Usaha Tidak Sehat (diberlakukan 5 Maret 2000 ; satu tahun setelah diundangkan). Undang-undang ini memuat suatu defenisi tentang *konsumen* yaitu setiap pemakai dan pengguna barang dan atau jasa, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan orang lain. Batasan ini mirip dan garis besar maknanya diambil alih oleh UUPK.

Istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah “pembeli” (*kooper*). Istilah ini dapat dijumpai dalam Kitab-Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pengertian konsumen lebih jelas dan lebih luas daripada pembeli. Pakar masalah hukum konsumen di Bel

anda, Hindius sebagaimana dikutip oleh tim FH UI & Depdagri disimpulkan bahwa, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan/atau jasa. Dengan rumusan itu, Hindius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir, dan konsumen pemakai terakhir.

B. Pengertian Umum Tentang Developer (Pelaku Usaha)

Isitilah developer berasal dari bahasa asing yang menurut kamus bahasa Inggris artinya adalah pembangun perumahan. Sementara itu menurut Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 tahun 1974, disebutkan pengertian Perusahaan Pembangunan dan 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 lingkungandan fasilitas-fasilitas sosial yang diperlukan oleh masyarakat penghuninya”.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Developer masuk dalam kategori sebagai pelaku usaha. Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

“ Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi “.

Dalam upaya untuk melindungi hak-hak konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan developer (pelaku usaha), Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pada prinsipnya telah mengklasifikasi bentuk-bentuk

pelanggaran tersebut kedalam 3 kelompok yang dijabarkan dalam Bab IV Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 yakni :¹

1. Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi (Pasal 8)
2. Larangan bagi Pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (Pasal 9-16)
3. Larangan bagi pelaku usaha periklanan (Pasal 17)

Ada 10 larangan bagi pelaku usaha sesuai dengan Pasal 8 ayat (1) UUPK, yakni pelaku usaha dilarang memproduksi barang dan/jasa yang :

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan Peraturan Perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih,isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran,takaran,timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukurannya yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi,jaminan,kesitimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label,etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;

¹ Lihat Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8-17

- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku.

Selain itu, ayat (2) dan (3) juga memberikan larangan sebagai berikut :²

- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan persediaan farmasi dan pangan rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Selanjutnya mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran. Ketentuan ini diatur di Pasal 9 sampai dengan 16.

Dalam Pasal 9 Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklan-kan suatu barang/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:³

- 1. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- 2. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;

² Lihat Pasal 2 dan 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³ Lihat Pasal 9 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
4. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
5. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
6. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
7. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
8. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
9. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
10. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
11. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Kemudian pada Pasal 10 ditentukan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan tentang:

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11 mengatur tentang penjualan yang dilakukan melalui cara obral/lelang. Sedangkan Pasal 12 menetukan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu

dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan. Disini ditegaskan bahwa pelaku usaha memeliki itikad baik dalam menjalankan usahanya. Pasal 18 juga mengatur hal serupa, yaitu pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya. Sedang yang berkaitan dengan undian, pelarangannya diatur di Pasal 14.

Pada Pasal 15 ditentukan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen. Pasal terakhir berkaitan dengan perbuatan yang dilarang dalam kegiatan pemasaran adalah Pasal 16 yang mengatur penawaran melalui pesanan. Adapun Pasal 17 UUPK berisi aturan untuk perusahaan periklanan.

C. Hak, Kewajiban dan Tanggung Jawab Developer (Pelaku Usaha)

Untuk menciptakan kenyamanan dalam berusaha dan untuk menciptakan pola hubungan yang seimbang antara developer (pelaku usaha) dan konsumen maka perlu adanya hak dan kewajiban masing-masing pihak. Hal tersebut lanjut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, meliputi :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk merehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Sedangkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai Kewajiban Developer (Pelaku Usaha) yang meliputi:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/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 dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Di samping adanya hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan oleh developer (pelaku usaha), ada tanggung jawab (*Product Liability*) yang harus dipikul oleh developer (pelaku usaha) sebagai bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatannya dalam

berusaha. Sehingga diharapkan adanya kewajiban dari developer (pelaku usaha) untuk selalu bersikap hati-hati dalam memproduksi barang dan/jasa yang dihasilkannya.

Tanggung jawab (*Product Liability*) 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 of liability*), yaitu prinsip yang menyatakan secara hukum seseorang dapat diminta pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya;
- b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*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 (*Presump of nonliability*), yaitu prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, dimana tergugat selalu dianggap tidak bertanggung jawab sampai dibuktikan, bahwa ia bersalah;
- d. Prinsip tanggung jawab mutlak (*Stricy libility*), dalam prinsip ini merupakan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeur*;

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*Limitation of liability*), dengan adanya prinsip tanggung jawab ini, pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menetukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan, maka harus berdasarkan pada Perundang-undangan yang berlaku.⁴

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.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggung jawaban pelaku usaha. Hal ini berarti, bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.⁵

Penerapan konsep *product liability* ternyata tidak mudah, dalam system 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 dan/atau jasa 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.

⁴ Shidarta,*Ibid*,h.58.

⁵ Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo, Jakarta, 2011, h.126

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 juga harus bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa mempersoalkan kesalahan dari pihak produsen.⁶ Jika dicermati sebenarnya Undang-undang Perlindungan konsumen mengadopsi konsep *strict liability*. Dalam Pasal 19 ayat (1) Undang-undang 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.”

Pasal 28 Undang-Undang 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.”

D. Proses Pembelian Rumah Perumahan

Dalam transaksi jual-beli rumah melibatkan sekurang-kurangnya ada 3 (tiga) pihak yang berhubungan antara satu dengan lainnya, yaitu konsumen, pengembang, dan bank (pemberi kredit).

Adapun transaksi jual-beli rumah dapat dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu :

1. Pra Kontraktual

⁶ N.H.T Siahaan, *Op.Cit*, h. 15.

Tahap ini merupakan persiapan bagi konsumen sebelum memastikan membeli rumah yang diminati. Ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli rumah kepada pengembang yang dipilih, yaitu :

- a. Lokasi rumah, dalam hal ini seorang konsumen harus melakukan identifikasi terhadap lokasi rumah yang akan dibeli. Apakah lokasinya telah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Bila perlu, harus ada peninjauan terlebih dahulu terhadap lokasi perumahan yang akan dibeli.
- b. Identitas pengembang, hal penting lain adalah mengenal identitas pengembang. Identitas dapat memberikan informasi tentang prestasi pengembang. Sejauhmana kiprahnya sebagai pengembang, apakah sering bermasalah, atau mungkin tipe pengembang yang mengeksploitasi hak-hak konsumen. Kekurangan informasi pengembang akan memantapkan pilihan didalam membeli rumah.
- c. Perizinan, sebelum mengambil keputusan membeli, masalah perizinan harus terlebih dahulu dikonfirmasikan. Apakah pihak pengembang telah memenuhi berbagai prosedur perizinan pembangunan rumah dan berbagai bentuk perizinan terkait?. Apabila informasi ini telah jelas, maka memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan layak atau tidak untuk membeli.
- d. Spesifikasi teknis bangunan, langkah ini ditempuh untuk menghindari akibat samping yang ditimbulkan dari pembangunan rumah yang tidak sesuai dengan prosedur teknis. Hal ini juga akan membantu konsumen di dalam menentukan pilihan spesifikasi teknis yang sesuai dengan keinginannya. Karena tidak dapat dipungkiri seringkali

spesifikasi teknis yang ada pada brosur menyimpang dari standar spesifikasi yang senyatanya.

- e. Fasilitas yang tersedia dalam rumah, untuk menghindari hal yang tidak diinginkan perlu kiranya ditanyakan berbagai fasilitas yang tersedia di dalam rumah. Fasilitas yang tersedia dapat memberikan gambaran kepada konsumen berapa besar biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli rumah jika dibandingkan dengan fasilitas yang tersedia. Apakah fasilitas yang tersedia telah layak dengan harga jual yang ditawarkan oleh pengembang ?.
- f. Prasarana dan sarana lingkungan, kenyamanan sebuah rumah adalah tersedianya sarana dan prasarana yang memadai. Karena ini juga merupakan sebuah kebutuhan, maka harus benar-benar menjadi perhatian konsumen. Jangan sampai konsumen dihadapkan pada janji-janji palsu pengembang sebagai contoh, pengembang menjanjikan pada komplek perumahan akan di bangun taman bermain, namun hal tersebut seringkali diingkari. Untuk itu, kosnumen harus menanyakan kepastian terhadap keseluruhan fasilitas yang ditawarkan oleh pengembang.
- g. Harga tanah dan bangunan rumah, informasi akan dua hal tersebut akan memberikan gambaran kepada konsumen tentang total harga tanah dan rumah kemudian dibandingkan dengan harga jual yang telah di tambah dengan berbagai fasilitas dalam rumah dan fasilitas penunjang lain. Setelah itulah seorang konsumen dapat menyampaikan layak atau tidaknya harga jual rumah yang ditawarkan. Langkah ini ditempuh sebagai upaya rasionalisasi didalam membeli.

2. Kontraktual

Kontraktual adalah tahap yang ditempuh apabila proses persiapan pada tahap transaksi telah dilakukan, tahap selanjutnya adalah perjanjian jual-beli, yaitu setelah terjadi kata sepakat antara pengembang sebagai penjual dengan konsumen sebagai pembeli. Tahap perjanjian jual beli ini dilakukan dihadapan Pejabat Pembuat Akta Tanah (PPAT), serta ditandatangani oleh pengembang dan konsumen. Bagian ini merupakan tahap terjadinya penyesuaian pernyataan kehendak (kata sepakat) antara pihak pengembang dengan konsumen. Dengan adanya penyesuaian pernyataan kehendak dari kedua pihak maka terjadilah perjanjian jual-beli. Kemudian dilanjutkan dengan tahap penyerahan tanah sekaligus bangunan rumah dari pengembang kepada konsumen. Dengan adanya penyesuaian pernyataan kehendak dari kedua belah pihak maka terjadilah perjanjian jual beli. Kemudian dilanjutkan dengan tahap penyerahan tanah sekaligus bangunan rumah dari pengembang kepada konsumen. Pada tahap ini pengembang dan konsumen sepakat untuk menandatangani berita secara serah terima dan bangunan rumah.

Pada tahap transaksi jual beli rumah ada dua hal yang perlu diperjelas yaitu: berkaitan dengan sistem pembayaran jual beli rumah dan materi/isi transaksi pengikatan jual beli rumah.

a. Sistem pembayaran jual beli tanah

Pembayaran harga rumah beserta dengan tanahnya dapat ditempuh dengan beberapa cara, tetapi lazimnya digunakan dengan dua cara, yaitu : sistem pembayaran secara tunai maupun sistem angsuran. Sistem pembayaran secara tunai adalah mensyaratkan konsumen membayar sejumlah uang sekaligus sesuai dengan harga rumah yang telah disepakati dan diserahkan pada saat serah terima rumah. Adapun

sistem angsuran, adalah mewajibkan konsumen membayar uang muka harga rumah dan sisanya diangsur sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Mengingat masyarakat yang kebanyakan membutukan rumah adalah mereka yang tergolong berpenghasilan rendah, maka cara yang seringkali dipilih adalah sistem pembayaran angsuran dengan menggunakan fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR) melalui bank pemberi kredit, dengan pembayaran angsuran setiap bulannya selama jangka waktu perjanjian kredit pemilikan rumah melalui bank pemberi kredit, seperti yang diatur dalam Kepmenpera: No. 05/KPTS/1985 jo Kepmenpera No. 08/KPTS/1995 dan Kepmenpera No. 02/KPTS/M/1996. Yang sekarang menjadi Permenpera No. 05 Tahun 2012 tentang Pengadaan Perumahan melalui Kredit/Pembiayaan.

Pada saat konsumen menyetujui harga rumah berikut tanah untuk dibelinya, selanjutnya konsumen melakukan akad kredit pemilikan rumah (KPR) dengan prosedur yang telah ditentukan oleh bank pemberi kredit.

Dengan adanya penandatanganan perjanjian kredit sekaligus konsumen memberi kuasa kepada Bank Pemberi Kredit (BPR) untuk membayarkan harga rumah berikut tanahnya yang dibeli kepada pengembang sebagai penjual tanah dan bangunan rumah yang dibeli konsumen dari pengembang menjadi agunan/jaminan atas pinjaman kredit dari Bank Pemberi Kredit.

b. Materi/isi transaksi pengikat jual beli rumah.

Hal paling utama yang perlu diperhatikan dalam transaksi jual beli adalah materi/isinya yang harus jelas. Terutama yang berkaitan dengan hak dan kewajiban para pihak harus seimbang, dan kemudian tidak bertentangan dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum dan kesusilaan.

3. Post Kontraktual

Pada tahap ini merupakan hasil realisasi transaksi jual beli rumah yang telah diselenggarakan. Konsumen telah dapat menikmati atau menempati tanah dan bangunan rumah yang telah dibeli dari pengembang.

Beberapa hal yang dapat dilakukan konsumen dalam fase post kontraktual antara lain :

- a. Penyerahan tanah dan bangunan rumah dan pengembang kepada konsumen dengan menandatangani berita acara serah terima.
- b. Sebelum menandatangani berita acara serah terima, konsumen harus mencocokkan kembali keadaan rumah yang diperjanjikan. Apakah sudah sesuai ukuran tanah dan bangunan rumah, spesifikasi bangunan yang dignakan, fasilitas dalam rumah dan sebagainya.
- c. Menggunakan fasilitas umum dan fasilitas sosial.
- d. Penyerahan sertifikasi ketika konsumen telah melunasi harga tanah dan bangunan rumah.

Dari apa yang telah dijelaskan di atas konsumen mendapatkan gambaran bagaimana agar mendapatkan rumah sesuai dengan yang diinginkan, maka tiga (3) tahap penting ini yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan jual-beli rumah mulai dari tahap prakontraktual, kontraktual dan post kontraktual yang ketiga tahap ini harus benar-benar dipahami dan dimengerti oleh konsumen sebelum melakukan jual-beli rumah.

