

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENULISAN KLAUSULA BAKU DALAM *LEAFLET PROPERTY* MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Gleh : Hj. Fatria Khaira, S.TP., S.H., M.H.^{*)}

Abstrak :

Tinjauan Yuridis terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan suatu pencantuman klausula baku yang terdapat dalam *Leaflet Property* dan telah melanggar dari ketentuan Pasal 18 UUPK tentang Larangan Pencantuman Klausula Baku yaitu Pasal 18 ayat (1) huruf c, yang isinya menyatakan, "bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen"; Pasal 18 ayat (1) huruf g, yang isinya menyatakan, "tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan, dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya", dan Pasal 18 ayat (2), yang isinya, "pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti."

Sanksi Hukum terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dilihat dalam Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang isinya, "pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun penjara atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)."

Kata kunci: Penulisan klausula baku dalam *leaflet property*

Abstrate:

Overview Juridical against Writing Clause Baku in Leaflet Property According to Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection is an inclusion of standard clauses contained in Leaflet Property and has violated the provisions of Article 18 of BFL on Prohibition inclusion of Clause Baku namely Article 18 paragraph (1) c, stating, "that businesses are entitled to reject the handover to the money paid for the goods and / or services purchased by consumers", Article 18 paragraph (1) letter g, stating, "the subjection of consumer to regulations that form new rules, additional, secondary and / or alteration of the advanced made unilaterally by businesses in the future consumers to use services bought ", and Article 18 paragraph (2), the contents, " businesses are prohibited include standard clauses that location or shape is difficult visible or can not be read clearly, or the disclosure of which is difficult to understand. "

Enforcing the Writing Clause Baku in Leaflet Property According to Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection can be found in Article 62 paragraph (1) of the Consumer Protection Act the contents, "businesses that violate the provisions referred to in Article 18 shall be punished with imprisonment of five (5) years imprisonment or a maximum fine of Rp. 2,000,000,000.00 (two billion)."

Keyword : Writing standard clauses in property leaflet

^{*)} Dosen Tetap STIH-Sumpah Pemuda Palembang

A. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk hidup yang tidak terlepas dari suatu kebutuhan, kebutuhan disini merupakan suatu kebutuhan guna untuk melangsungkan kehidupannya. Menurut tingkat kepentingannya, bahwa kebutuhan manusia terbagi menjadi 2, yaitu:

1. Kebutuhan Pokok; Kebutuhan Pokok disebut juga Kebutuhan Primer, dimana dalam kebutuhan Primer ini merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia, seperti kebutuhan Makanan (Pangan), Pakaian (Sandang), dan Rumah (Papan).
2. Kebutuhan Tambahan; kebutuhan Tambahan disebut juga dengan kebutuhan Sekunder dan kebutuhan Tersier. Kebutuhan Sekunder meliputi (alat tulis, meja, sepatu, dan sebagainya) sedangkan kebutuhan Tersier lebih menekankan pada kebutuhan akan sesuatu yang bernilai mewah atau mahal, misalnya (mobil, motor, perhiasan, dan sebagainya). Dimana dalam hal memenuhi kebutuhan Tambahan, apabila kebutuhan Pokok telah terpenuhi, maka kebutuhan Tambahan dapat dipenuhi.

Namun, dari beberapa kebutuhan manusia sebagaimana yang telah penulis uraikan diatas, bahwa salah satu kebutuhan pokok yang menjadi kesulitan manusia untuk memenuhinya yaitu kebutuhan Papan (rumah dan/atau tempat tinggal), karena saat ini untuk membeli rumah terbilang cukup mahal ditambah dengan harganya setiap tahun semakin naik.

Hal ini jika dilihat dari beberapa tahun belakangan, di Indonesia telah terjadi peningkatan pada sektor perdagangan dan bisnis. Pada sektor bisnis yang paling terlihat kenaikannya yaitu bidang Property,¹ dimana banyak sekali transaksi jual-beli baik secara tunai maupun *sale credit*, padahal jika melihat dari jenis kebutuhan manusia, property ini merupakan salah satu kebutuhan Pokok (Primer) yang harus dipenuhi oleh manusia. Maka dari itu, untuk lebih memudahkan manusia agar dapat memenuhi kebutuhan Property, banyak jasa pengembang yang mem-

berikan solusi bagi yang ingin membelinya dengan cara sistem *sale credit*, *sale credit* merupakan pemberian kredit untuk pembelian suatu barang dan nasabah akan menerima barang tersebut. Hal ini pula yang membuat bisnis Property menjadi sangat digemari oleh para investor, selain sifat dari investasi Property yang lebih Sustainable, artinya dapat bertahan dalam waktu yang lama/berjangka panjang, investasi Property juga Potensial. Property yang dimaksud adalah berupa Rumah, Perumahan, Ruko, Villa, Tanah dan Apartement.

Pasar Property di Indonesia juga lumayan menarik, hal ini disebabkan karena Investornya masih didominasi oleh para pengusaha Property Lokal. Selain itu, kucuran dana asing juga terus mengalir deras ke bidang Property Nasional. Maka tidak bisa dipungkiri bahwa investasi Property sangat menguntungkan. Melihat peluang tersebut, itu berarti Property di Indonesia akan terus bertumbuh dan bertumbuh lagi.

Idealnya, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga berjalan pesat seiring berjalannya laju pembangunan nasional di segala bidang, hal ini menuntut agar masyarakat bergerak dengan cepat dan efisien dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.² Maka dari itu, sebagian besar pelaku usaha sering menggunakan Media Massa baik Media Cetak seperti (Majalah, Koran Brosur, Leaflet dan sebagainya) maupun Media Elektronik seperti (TV, Radio, Internet, dan sebagainya) untuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan cara memasang iklan.⁴

Dengan adanya iklan, maka pelaku usaha akan menemukan cara yang mudah untuk memperkenalkan dan memasarkan produk barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, dan dengan cara tersebut juga mereka akan dapat menjalankan usahanya secara lancar dengan berbagai keuntungan besar yang diperoleh. Bahkan terkadang pelaku usaha sering menghalalkan segala cara dalam mempromosikan barang dan/atau jasa yang ditawarkannya kepada konsumen dengan maksud agar konsu-

¹ Prof. R. Subekti, *Kata Pengantar Cetakan Kesebelas Irawan Rachmad-Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. vii.

² Dr. Rudyanti Dorotea Tobing, *Hukum, Konsumen dan Masyarakat*, LaksBang Mediatama, Yogyakarta, 2015, hal. 38.

³ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hal. 80.

⁴ *Ibid*.

men tertarik dan berminat untuk membeli, sehingga pelaku usaha bisa meraup keuntungan yang besar. Sebagai contoh adalah melalui iklan pelaku usaha sering mempromosikan barang dan/atau jasa yang ditawarkannya dengan informasi yang terlalu berlebihan, dan informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi dan keadaan wujud aslinya.

Dapat dikatakan bahwa promosi itu merupakan intisari dan ujung tombak dari pemasaran, terutama pada zaman sekarang dimana persaingan semakin keras. Keberhasilan pemasaran suatu produk banyak ditentukan dari usaha promosinya sehingga tidak heran perusahaan yang berhasil seringkali menggunakan lebih banyak dananya untuk promosi daripada untuk pembuatan produk.⁵

Dalam bukunya Alvin Toffler membahas bangkitnya industri rakyat. Ia meramalkan negara dan dunia akan ditandai dengan pengusaha yang bekerja dengan teknologi tinggi di lingkungan yang murah, yakni rumah mereka, dan sejak 20 tahun pandangan Toffler itu, bisnis perumahan telah menjadi fenomena yang terus berkembang.

Berkaitan dengan iklan promosi suatu barang dan/atau jasa yang dimuat dalam *Leaflet*, dapat dikatakan pula bahwa *Leaflet* merupakan tulisan yang dimuat dalam selebaran kertas sebagai bentuk iklan untuk mempromosikan suatu barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, istilah *Leaflet* sama halnya dengan Brosur. Pelaku usaha sering mencantumkan klausula baku didalam *Leaflet* tersebut yang isinya berbunyi "*Perubahan dapat terjadi Sewaktu-waktu dan Merupakan Hak Pemih Developer dan Brosur ini tidak bisa dijadikan alat dan bukti hukum*" dan tulisan ini dibuat sedemikian kecilnya serta diletakkan ditempat yang terkadang konsumen sulit untuk dapat membacanya bahkan bahasanya juga sulit untuk dimengerti oleh sebagian orang, serta tulisan lain seperti "*Uang Tanda Jadi (Uang Muka) dianggap hangus dan tidak dapat dikembalikan Apabila persyaratan atau berkas KPR tidak dilengkapi Selambat-lambatnya 2 (dua) minggu setelah Tanda Jadi*" tidak hanya itu saja klausula yang pelaku usaha cantumkan dalam *Leaflet*, bahkan pelaku usaha memuat ju-

ga tulisan mengenai "*Perubahan Harga Jual Sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu*".

Membaca tulisan yang terdapat pada *leaflet property* tersebut, terbukti bahwa pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang "aman" dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat. Padahal seperti yang kita ketahui bahwa konsumen sama halnya dengan Raja, semestinya diinterpretasikan secara kritis. Namun pada kenyataannya tidaklah demikian. Konsumen selalu dikonstruksikan dalam kerangka konsumtif. Artinya, cenderung menjadi korban dalam hubungan jual beli dengan produsen.

Meskipun di Indonesia saat ini telah ada Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Namun dalam praktiknya, masih banyak para pelaku usaha yang mencantumkan klausula tersebut, penyimpangan-penyimpangan masih saja terjadi. Seperti halnya penyimpangan terhadap penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* yang telah penulis jelaskan diatas.

Maka dari itu, hal inilah yang membuat penulis berinisiatif dan ingin menelaah lebih lanjut terkait dengan Tinjauan Yuridis terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai objek penelitian hukum.

B. Permasalahan

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka perlu dirumuskan suatu permasalahan yang disusun secara sistematis, sehingga memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pemahaman terhadap masalah yang diteliti.

Masalah-masalah yang akan dibahas dan dicoba ditemukan jawabannya dalam penelitian hukum yang dilakukan adalah :

1. Bagaimana Tinjauan Yuridis terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana Sanksi Hukum terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet*

⁵ Jeffrey P. Davidson, *Kiat Pemasaran Ampuh Bagi Bisnis Rumahan*, Abdi Tandur, Jakarta, 1996, hal. 5.

Property Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Pembahasan

1. Tinjauan Yuridis terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Ahli hukum Indonesia, Mariam Darus Badruzaman menyimpulkan bahwa perjanjian standar itu bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak yang bertanggung jawab, terlebih-lebih lagi ditinjau dari asas-asas hukum nasional, dimana akhirnya kepentingan masyarakatlah yang didahulukan.⁶

Sutan Remy Sjahdeini berpendapat dalam kenyataannya KUHPerdato sendiri memberikan pembatasan-pembatasan terhadap asas kebebasan berkontrak itu. Misalnya terdapat ketentuan yang mengatakan, suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kata sepakat kedua belah pihak atau karena alasan lain yang dinyatakan dengan Undang-Undang. KUHPerdato juga menyebutkan tiga alasan yang dapat menyebabkan suatu perjanjian, yakni paksaan (*dwang*), kekhilafan (*dwaling*), dan perjanjian (*bedrog*). Ketiga alasan ini dimaksudkan oleh Undang-Undang sebagai pembatasan terhadap berlakunya asas kebebasan berkontrak.⁷

Berdasarkan judul penelitian ini, bahwa dalam *Leaflet Property* terdapat Pencantuman Klausula baku yang menyimpang dari ketentuan Pencantuman Klausula baku dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berikut penulis uraikan dibawah ini, yaitu:

- *Perubahan dapat terjadi Sewaktu-waktu dan Merupakan Hak Pemih Developer dan Broxur ini tidak bisa dijadikan alat dan bukti hukum.*
- *Uang Tanda Jadi (Uang Muka) dianggap hangus dan tidak dapat dikembalikan Apabila persyaratan atau berkas*

KPR tidak dilengkapi Selambat-lambatnya 2 (dua) minggu setelah Tanda Jadi.

- *Perubahan Harga Jual Sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.*

Bahkan tulisan tersebut kerap diletakkan pada posisi yang sulit untuk dilihat karena tulisannya sangat kecil dengan menggunakan ukuran *font* kurang lebih 8 (delapan) ukuran huruf dan biasanya pada posisi paling bawah pada *Leaflet Property* serta jika dibaca tulisan tersebut cukup sulit untuk dimengerti. Hal ini jelas telah menyimpang dari suatu aturan perundang-undangan yang berlaku.

Sebagaimana Ketentuan Pencantuman Klausula Baku berdasarka Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 18 adalah:⁸

• Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen⁹

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
 - b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli oleh konsumen;
 - c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen; dalam *Leaflet Property* tulisan klausula baku berupa "*Uang Tanda Jadi (Uang Muka) dianggap hangus dan tidak dapat dikembalikan Apabila persyaratan atau berkas KPR tidak dilengkapi Selambat-lambatnya 2 (dua) minggu setelah Tanda Jadi*".
 - d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tinda-

⁶ Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan terhadap Konsumen Dilihat dari Perjanjian Baku (Standar)*, Binacipta, 1986, hal. 54.

⁷ Shidarta, *Loc.Cit.*, hal. 122.

⁸ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, LN Tahun 1999 No. 42, TLN No. 3821., *Loc.Cit.*

⁹ *Ibid.*

- kan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
 - g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya; dalam *Leaflet Property* berupa tulisan "*Perubahan dapat terjadi sewaktu-waktu dan Merupakan Hak Penuh Developer dan Brosur ini tidak bisa dijadikan alat dan bukti hukum*".
 - h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- (2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti; dalam *Leaflet Property* tulisan dengan font kecil dan letaknya di paling bawah leaflet seperti "*Perubahan Harga Jual Sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu*".
 - (3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
 - (4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.

• **Penjelasan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Ayat (1)

"larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak".¹⁰

Apabila kita mencermati substansi Pasal 18 ayat (1), yaitu larangan membuat dan/atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha (huruf a), seharusnya larangan tersebut dibatasi hanya untuk jangka waktu 4 (empat) tahun sesuai ketentuan Pasal 27 huruf e UUPK. Pasal ini menentukan pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan. Oleh karena itu, ketentuan ini berlebihan, karena sama sekali menutup kemungkinan bagi pelaku usaha untuk lepas dari tanggung jawab dengan cara mencantulkannya dalam klausula baku seperti itu.¹¹

Menyangkut larangan mencantumkan klausula baku yang menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen sebagaimana tersebut dalam Pasal 18 huruf b, sebaiknya ada batas waktu yang wajar. Hal ini merupakan pasangan dari larangan klausula baku yang menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen (huruf c). Jadi, pelaku usaha dilarang untuk tidak menerima kembali barang yang sudah dijualnya dan tidak mengembalikan uang yang telah diterimanya sebagai pembayaran atas barang tersebut, tetapi tentu saja jika pengembalian

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015, hal. 110.

barang tersebut dengan alasan-alasan yang dibenarkan oleh hukum.¹²

Larangan dalam huruf d dari Pasal 18 ayat (1) sudah tepat. Klausula baku yang berisikan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang dibeli secara angsuran adalah tidak adil. Disamping itu, dapat dikualifikasikan sebagai penyalahgunaan keadaan konsumen, demikian juga ketentuan Pasal 18 ayat (1) huruf f dan huruf h.¹³

Ketentuan larangan membuat klausula baku bagi pelaku usaha yang tersebut dalam huruf e dari Pasal 18 ayat (1), tampak perlu pula direvisi. Larangan bagi pelaku usaha membuat klausula baku dalam huruf e seharusnya tidak hanya berkenaan dengan hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen, tetapi juga perihal berkurangnya kegunaan barang atau jasa. Sehingga bunyi lengkapnya larangan tersebut yaitu, "mengatur perihal pembuktian atas hilangnya dan berkurangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen".¹⁴

Apabila larangan klausula baku terbatas hanya pada perihal hilangnya kegunaan barang atau jasa, maka pelaku usaha dapat memanfaatkan kelemahan aturan yang ada dengan menunjuk pada persoalan berkurangnya kegunaan barang atau jasa di dalam suatu klausula baku.¹⁵

Khusus menyangkut larangan dalam Pasal 18 ayat (1) huruf g dapat dimengerti bahwa ketentuan ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen, akan tetapi dengan ketentuan ini banyak pelaku usaha "merasa" dirugikan, misalnya pihak pelaku usaha *Property*.¹⁶

Berkenaan dengan hal tersebut, ketentuan Pasal 18 ayat (1) huruf g dapat perlu ditelaah kembali, mengingat perlindungan konsumen yang dimaksud dalam undang-undang ini tidak harus berpihak pada kepen-

tingan konsumen yang merugikan kepentingan pelaku usaha. Sesuai asas keseimbangan dalam hukum perlindungan konsumen, seharusnya kepentingan semua pihak harus dilindungi termasuk kepentingan pemerintah dalam pembangunan nasional dan harus mendapat porsi yang seimbang.¹⁷

Berkenaan dengan hal tersebut, Ahmadi Miru mengatakan bahwa, praktik pembuatan klausula baku yang sekarang bertentangan ketentuan dengan Pasal 18 ayat (1) huruf g tersebut sudah berlangsung sejak lama, sehingga ketentuan Pasal 18 ayat (1) huruf g tersebut tentu saja dimaksudkan untuk melarang praktik pembuatan klausula semacam itu.¹⁸

Jika mencermati ketentuan dalam Pasal 18 ayat (2), bahwa ketentuan Larangan Pencantuman Klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti, Artinya perjanjian tersebut hanya dibaca sekilas, tanpa dipahami secara mendalam konsekuensi yuridisnya, yang membuat konsumen sering tidak tahu apa yang menjadi haknya.

Mengenai pasal 18 ayat (3) dan ayat (4) menurut penulis sudah tepat karena mengatur tentang perihal akibat hukum dan pengaturan yang tegas untuk mewajibkan bagi pelaku usaha menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen.

2. Sanksi Hukum terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.¹⁹

Di samping itu, Undang-Undang tentang

¹² *Ibid.*, hal. 111.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*, hal. 112.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*, hal. 287.

Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggaran.²⁰

Sebagaimana yang tercantum dalam Bagian Kedua Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa terhadap pelanggaran Penulisan Klausula Baku dapat dikenakan Sanksi Pidana sebagaimana yang diatur dalam Pasal:²¹

- Pasal 61 yang isinya, "Penuntutan Pidana dapat ditakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya."
- Pasal 62 ayat (1) yang isinya, "Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8; Pasal 9; Pasal 10; Pasal 13 ayat (2); Pasal 15; Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e dan ayat (2); dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)."

Yang termasuk pada tindak pidana yang diancam dengan *pidana penjara paling lama lima tahun* pada Pasal 18, yaitu:²² Sehubungan dengan Standar Kontrak adalah penggunaan Klausula baku²³ seperti pada Penulisan Klausula baku dalam *Leaflet Property* yang telah melanggar/menyimpang dari ketentuan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, adalah sebagai berikut:²⁴

- 1) Pasal 18 ayat (1) huruf c yang isinya menyatakan, "bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen."²⁵
- 2) Pasal 18 ayat (1) huruf g yang isinya menyatakan, "tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan, dan/atau penguba-

han lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya."²⁶

- 3) Pasal 18 ayat (2) yang isinya, "pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti."²⁷

Penyimpangan/pelanggaran dalam penggunaan Klausula baku ini telah dipertegas konsekuensi yuridisnya oleh Pasal 18 ayat (3) yang isinya "Setiap Klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan Batal Demi Hukum".²⁸

Menyimak larangan-larangan yang diatur di dalam beberapa Pasal dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di atas, dapat dipahami bahwa:²⁹

1. Larangan-larangan itu mempertegas pelaksanaan kewajiban produsen-pelaku usaha.
2. Larangan-larangan itu juga dimaksudkan untuk melindungi dua macam kepentingan, yaitu *kepentingan umum* yang berkaitan dengan perekonomian dan pembangunan nasional, dan *kepentingan individu*, yang berkaitan dengan hak-hak konsumen.
3. Disamping itu, larangan-larangan itu menunjukkan kepada produsen bahwa mereka mempunyai tanggung jawab sebagai produsen-pelaku usaha sekurang-kurangnya dalam dua aspek, yaitu: *Pertama*, bertanggung jawab untuk menciptakan iklim berusaha yang sehat, baik antara sesama pelaku usaha maupun antara pelaku usaha dan masyarakat konsumen. Dengan dipenuhinya larangan-larangan tersebut maka hal-hal yang menimbulkan distorsi pasar, persaingan tidak sehat, dan hal lain yang potensial untuk merusak struktur kehidupan perekonomian nasional dapat dihindarkan. De-

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*, hal. 284-285.

²² *Ibid.*, hal. 148-149.

²³ Janus Sidabalok, *Loc.Cit.*, hal. 22.

²⁴ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, LN Tahun 1999 No. 42, TLN No. 3821., *Loc.Cit.*

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

²⁹ Janus Sidabalok, *Loc.Cit.*, hal. 79.

ngan demikian, roda pembangunan nasional dapat berjalan dengan baik. Ini berarti tugas, kewajiban, dan tanggung jawab setiap pelaku usahalah untuk senantiasa mewujudkan iklim berusaha yang sehat.³⁰

Kedua, bertanggung jawab melindungi masyarakat konsumen baik sendiri-sendiri maupun keseluruhan dari kemungkinan timbulnya kerugian terhadap diri konsumen ataupun harta bendanya. Dengan ini dimaksudkan pula bahwa tugas untuk menjaga kesejahteraan rakyat melalui penyediaan kebutuhan yang baik, sehat, dan berkualitas juga merupakan tanggung jawab produsen sebagai pelaku usaha. Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tanggung jawab terhadap segala bentuk kerugian yang diderita konsumen karena memakai atau mengonsumsi produknya yang menimbulkan kerugian.³¹

Maka secara tidak langsung, bahwa konsumen dalam hal ini telah dirugikan haknya sebagaimana yang tertera didalam Pasal 4 pada huruf (d), huruf (g), dan huruf (h) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang isinya.³²

- Pasal 4 huruf (d) "Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan."
- Pasal 4 huruf (g) "Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif."
- Pasal 4 huruf (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."

Serta pelaku usaha juga telah mengabaikan kewajibannya sebagai pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 7 huruf (c) dan huruf (g) yang isinya adalah sebagai berikut.³³

- Pasal 7 huruf (c), "Memperlakukan atau

melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif."

- Pasal 7 huruf (g), "Memberi kompensasi; ganti rugi; dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan."

D. Penutup

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran-Saran sebagai berikut:

1. Kesimpulan

- a. Tinjauan Yuridis terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Ketentuan yang dilanggar terhadap Penulisan Klausula baku dalam *Leaflet Property*, diantaranya: Pasal 18 ayat (1) huruf c; Pasal 18 ayat (1) huruf g; Pasal 18 ayat (2).
- b. Sanksi Hukum terhadap Penulisan Klausula Baku dalam *Leaflet Property* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat dalam Pasal 62 ayat (1) berupa sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

2. Saran-Saran

- a. Sebaiknya Pemerintah melakukan pengawasan secara intensif terhadap Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar dapat berjalan secara efektif.
- b. Pelaku usaha seharusnya dapat memahami tentang teori berwirausaha dalam dunia bisnis di negara hukum agar dapat memberikan titik keseimbangan dalam bertransaksi antara produsen dan konsumen sebagaimana yang ditegaskan dalam asas kebebasan berkontrak.
- c. Masyarakat sebaiknya bijak menjadi

³⁰ *Ibid.*, hal. 80.

³¹ *Ibid.*

³² Janus Sidabalok, *Loc. Cit.*, hal. 264.

³³ *Ibid.*, hal. 265.

konsumen dalam dunia perdagangan dan bisnis terutama di bidang *Property* agar tidak mudah dikelabui oleh pelaku usaha dan sadar akan

haknya menjadi konsumen serta kritis dalam mendapatkan tawaran dari iklan-iklan yang dipromosikan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

- Agus Brotosusilo, makalah “*Aspek-Aspek Perlindungan terhadap Konsumen dalam Sistem Hukum di Indonesia*”, YLKI-USAID, Jakarta, 1998.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2015.
- Calina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- Chinur Arrasjid, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Irvan Mawardi, *Dinamika Sengketa Hukum Administrasi (Mewujudkan Electoral Justice Dalam Kerangka Negara Hukum Demokrasi)*, Rangkang Education, Yogyakarta, 2014.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Jeffrey P. Davidson, *Kiat Pemasaran Ampuh Bagi Bismis Rumahan*, Abdi Tandur, Jakarta, 1996.
- M. Yahya Harahap, *Hukum Acara Perdata*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014.
- Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan terhadap Konsumen Ditlihat dari Perjanjian Baku (Standar)*, Binacipta, 1986.
- R.Subekti, *Kata Pengantar Cetakan Kesebelas Irawan Rachmadi-Aneka Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- Rudyanti Derotea Tobing, *Hukum, Konsumen dan Masyarakat*, LaksBang Mediatama, Yogyakarta, 2015.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000.
- St. Remy Syahdeini dalam tulisan Janus Sidabalok, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank*, IBI, Jakarta.

Peraturan Perundang-Undangan :

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, LN Tahun 1999 No. 42, TLN No. 3821.
- Tim Redaksi Pustaka Yustisia, *Kitab Lengkap KUHP, KUHP, KUHP, KUHP, KUHP, KUHP, KUHP, KUHP, KUHP, KUHP*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2013.