

KLAUSULA EKSONERASI OLEH PELAKU USAHA DALAM PERJANJIAN JUAL BELI RUMAH

Wishnu Kurniawan, Ninis Nugraheni
Fakultas Hukum, Universitas Hang Tuah, Surabaya

Abstract: *The exenoration clause is an exclusion / liability exclusion clause in a housing sale and purchase agreement. The purpose of writing this scientific article is to find out the accountability of business actors for offers submitted to prospective consumers and restrictions on the inclusion of standard clauses containing exenoration clauses in the offer of buying and selling houses as a legal protection effort for consumers. The results of the study indicate that the treaty law in Indonesia essentially assumes that brochures have binding legal force. This binding strength is based on the fact that the brochure is a binding form of supply as specified in the Consumer Protection Act which is based on the principle of good faith at the pre-contractual stage. Judging from the freedom of contract the standard agreement with an exenoration clause does not meet the subjective and objective requirements as specified in Article 1320 BW, thus the exenoration clause stated by the business actor in the brochure as a bidding instrument does not have binding power. Provisions for transferring accountability, actions in the form of business actors are not responsible for changes in specifications contained in brochures violating Article 18 paragraph (1) letters a, c, and d of Consumer Protection Act. And has an effect on null and void (nietig / null and void).*

Keywords: *business actors, consumers, exenoration clause, good faith, null and void*

Abstrak : Klausula eksenorasi merupakan klausula pengecualian kewajiban/tanggung gugat dalam perjanjian jual beli perumahan. Tujuan penulisan artikel ilmiah ini untuk mengetahui tanggung gugat pelaku usaha atas penawaran yang disampaikan kepada calon konsumen dan pembatasan pencantuman klausula baku yang berisi klausula eksenorasi dalam penawaran jual beli rumah sebagai upaya perlindungan hukum bagi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hukum perjanjian di Indonesia pada hakekatnya menganggap bahwa brosur memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Kekuatan mengikat ini didasarkan bahwa brosur merupakan sebuah bentuk penawaran yang mengikat seperti yang ditentukan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dilandasi dengan asas itikad baik pada tahap prakontraktual. Ditinjau dari kebebasan membuat perjanjian (*freedom of contract*) perjanjian baku berklausula eksenorasi tidak memenuhi syarat subyektif dan syarat obyektif sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1320 BW, dengan demikian klausula eksenorasi yang dicantumkan oleh pelaku usaha dalam brosur sebagai alat penawaran tidak mempunyai kekuatan mengikat. Ketentuan pengalihan tanggung gugat, tindakan berupa pelaku usaha tidak bertanggungjawab atas perubahan spesifikasi yang terdapat di brosur melanggar Pasal 18 ayat (1) huruf a, c, dan d UUPK. Dan akan berdampak batal demi hukum (*nietig / null and void*).

Kata kunci : *pelaku usaha, konsumen, klausula eksenorasi, itikad baik, batal demi hukum*

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sesuai dengan ciri dari pelaku usaha yaitu merupakan tindakan yang dilakukan secara terus menerus untuk mendapatkan keuntungan terkadang tidak hanya sekadar keuntungan. Pertanggungjawaban sebagai pelaku usaha banyak dilepas dan dibebaskan dari pertanggungjawaban melalui klausul eksonerasi yang tercantum dalam perjanjian sepihak. Salah satu contohnya adalah dalam Putusan dengan Nomor 551/Pdt.G/2000/PN yang terakhir dikuatkan dalam putusan Peninjauan Kembali Nomor 124 PK/PDT/2007 yang menguatkan gugatan Anny dan Hontas hilangnya mobil Toyota Kijang tahun 1994 yang diparkir di Plaza Cempaka Mas pada 1 Maret 2000.

Klausul Eksonerasi adalah klausula yang mengandung kondisi membatasi atau bahkan menghapus sama sekali tanggung jawab yang semestinya dibebankan kepada pihak pelaku usaha.¹ Klausula eksonerasi merupakan bagian dari standar

kontrak yang memuat pengalihan tanggungjawab pelaku usaha, namun masih banyak juga dijumpai dalam kehidupan sehari – hari. Klausula ini banyak digunakan oleh pelaku usaha sebagai pelarian untuk menghindarkan pelaku usaha dari tanggung jawab atas resiko yang akan timbul di kemudian hari dengan dimasukkan ke dalam ketentuan dalam perjanjian. Pelaku usaha memiliki pandangan bahwa sesuai dengan Pasal 1338 BW ditentukan bahwa suatu perjanjian dapat dilakukan secara bebas yang merupakan perwujudan dari asa kebebasan berkontrak.

Pelaku usaha dengan konsumen dalam hubungan bisnis cenderung berorientasi efisiensi sehingga banyak fakta konkret yang menggambarkan realisasi hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen cenderung dicari bentuk atau model hubungan yang praktis. Berdasarkan alasan tersebut, pelaku bisnis cenderung membentuk klausula baku. Perjanjian baku adalah perjanjian yang hampir seluruh klausul – klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak

¹ Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, hlm. 120

mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan.² Pelaku usaha berusaha untuk menutup kemungkinan bagi konsumen untuk me-negosiasi isi dari perjanjian, sehingga jual beli dapat segera dilangsungkan

Dalam perkembangannya, klausula eksonerasi ini dilakukan bukan hanya saat dituangkannya perikatan pada klausula kontrak, namun klausula eksonerasi ini juga diterapkan dalam brosur penawaran suatu produk. Salah satu contoh adalah produk perumahan (*property*). Pelaku usaha di bidang perumahan (*developer*) dalam memasarkan rumah termasuk tanah selalu membuat format perjanjian baku yang substansinya tidak seragam antara *developer* yang satu dengan *developer* yang lain. Pada saat pemesanan rumah calon konsumen diminta menandatangani surat pemesanan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh *developer*. Bahkan penghindaran tanggungjawab ini sudah dilakukan sejak penawaran produk yang digambarkan dalam

sebuah brosur. Salah satu wujud penghindaran *developer* dalam brosur penawarannya disampaikan bahwa:

“Brosur, Ilustrasi/bagian brosur in merupakan alat bantu pemasaran dan penjualan. Isi dibuat secara teliti dan seksama pada masa persiapan, dan bukan merupakan bagian dari kontra jual beli. Desain dan spesifikasi dapat berubah sewaktu – waktu sesuai dengan kondisi lapangan”.

Berdasarkan brosur penawaran tersebut, *developer* berusaha menghindari segala tuntutan yang akan timbul dikemudian hari apabila terjadi perubahan spesifikasi maupun wujud bangunan serta kondisi lingkungan perumahan seperti yang telah digambarkan dalam brosur (alat peraga) penjualan.

Hal ini menjadikan permasalahan tersendiri bagi konsumen calon pembeli suatu perumahan. Pada satu sisi konsumen membutuhkan rumah sebagai tempat hunian, pada sisi lain konsumen dihadapkan pada pilihan sulit yang dibentuk oleh pelaku usaha dalam menghindari tanggungjawab

² Celina Tri. S.K, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 139.

penuntutan di kemudian hari atas pembangunan unit perumahan maupun lingkungan pendukung yang tidak sesuai dengan penawaran.

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan di atas, maka guna pembatasan dalam kerangka bahasan, penulis merumuskan masalah dalam penulisan ini sebagai berikut:

“Apakah klausula eksonerasi yang dicantumkan dalam brosur penjualan dapat menjadi obyek tanggung gugat antara *developer* dengan konsumen?”

A. METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, bertitik tolak dari adanya kekaburuan norma/asas hukum. dengan menggunakan pendekatan perundangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*konzeptual approach*). Zainuddin menyampaikan bahwa Penelitian Yuridis Normatif merupakan penelitian yang membahas terkait doktrin – doktrin atau asas – asas dalam ilmu hukum.³ Selanjutnya oleh karena penelitian ini merupakan

penelitian yuridis, maka pendekatan utama dalam melakukan analisa adalah menggunakan pendekatan peraturan perundangan yang didukung dengan analisa berdasarkan pendekatan teori – teori atau doktrin – doktrin yang dikemukakan oleh para pakar.

B. KERANGKA TEORI

Sebagai dasar dalam pelaksanaan suatu perikatan dalam bentuk perjanjian tertulis, penting dalam penulisan ini untuk dijelaskan beberapa landasan penting terkait dengan asas – asas yang wajib dipatuhi dalam melakukan suatu perjanjian. Adapun asas –asas tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perjanjian

Perjanjian merupakan ihwal timbulnya sebuah perikatan. Hal ini tegas ditentukan dalam Pasal 1233 BW yang menentukan “tiap – tiap dilahirkan baik karena perjanjian, baik karena Undang Undang”. Secara etimologi, perjanjian berasal dari bahasa Belanda yaitu overeenkomst yang artinya ditegaskan dalam

³ Zainuddin Ali, 2012, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm 25.

Pasal 1313 BW yang menentukan “Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih”. Pelaksanaan perjanjian memiliki syarat – syarat sahnya dalam melakukan perjanjian yang secara tegas di atur dalam Pasal 1320 BW yang menentukan “Supaya terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat: 1). kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya; 2). kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3). suatu pokok persoalan tertentu; dan 4). suatu sebab yang tidak terlarang.

Salim menyampaikan bahwa Suatu perjanjian menjadi sah jika memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian baik syarat subyektif maupun syarat obyektif sebagaimana diatur dalam pasal 1320 KUHPerdata.⁴ Sunarjo lebih

rinci menjelaskan bahwa “Disebut syarat subyektif karena menyangkut subyek yang melakukan perjanjian dan syarat subyektif terdiri dari kesepakatan para pihak dan kecakapan melakukan perbuatan hukum. Kesepakatan dalam perjanjian harus diberikan secara bebas (merdeka) tanpa adanya unsur paksaan, penipuan, maupun kekhilafan. Sedangkan kecakapan melakukan perbuatan hukum artinya para pihak dalam perjanjian harus sudah dewasa dan tidak berada dibawah pengampuan. Tidak dipenuhinya syarat subyektif akan berakibat hukum perjanjian dapat dimintakan pembatalan. Sedangkan syarat obyektif menyangkut obyek dalam perjanjian. Syarat obyektif meliputi suatu hal tertentu (obyek tertentu) dan suatu sebab yang diperbolehkan (halal). Dalam setiap perjanjian harus ada obyeknya serta harus mempunyai sebab yang

⁴ Salim H.S., 2007, Perancangan Perjanjian, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 41

diperbolehkan (halal) artinya perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan. Tidak dipenuhinya syarat obyektif akan berakibat hukum perjanjian batal demi hukum artinya perjanjian sejak semula dianggap tidak pernah ada.⁵

2. Asas *Pacta Sun Servanda*

Menurut Harry disampaikan bahwa *Pacta Sun Servanda* berasal dari bahasa latin yang berarti “Janji Harus Ditepati”. Pada dasarnya asas ini berkaitan dengan kontrak perjanjian yang dilakukan diantara para individu yang mengandung makna bahwa:⁶

- a. Perjanjian merupakan Undang – Undang bagi para pihak yang membuatnya, dan
- b. Mengisyaratkan bahwa pengingkaran terhadap

kewajiban yang ada pada perjanjian merupakan tindakan melanggar janji atau wanprestasi.

Azis menambahkan bahwa asas *Pacta Sun Servanda* merupakan skralisasi atas suatu perjanjian.⁷

3. Asas Itikad Baik

Asas ini telah ditentukan secara tegas dalam BW khususnya Pasal 1338, dalam ayat ketiga menentukan bahwa “Suatu Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Antari menjelaskan bahwa Secara teoritis asas itikad baik dapat dibagi menjadi dua:⁸

- a. Itikad Baik Subyektif, yaitu sebelum perjanjian dilaksanakan para pihak harus menunjukkan kejujuran. Biasanya itikad baik subyektif ada pada tahap negosiasi, dimana para pihak secara terbuka

⁵ Sunarjo, 2015, Perbandingan Hukum Indonesia dan Malaysia Terhadap Ketidakseimbangan Dalam Perjanjian Baku, Malang, Jurnal Cakrawala Hukum, Nomor 1, hlm.110

⁶ Harry Purwanto, 2009, Keberadaan Asas *Pacta Sun Servanda* Dalam Perjanjian Internasional, Jurnal Mimbar Hukum, Volume 21, Nomor 1, hlm. 162

⁷ Azis T. Saliba, 2001, Contract Law and Legislation, Comparative Law Volume 3, Number 3, hlm. 6

⁸ Antari Innaka, Sa’ida Rusdiana, Sularto, 2012, Penerapan Asas Itikad Baik Tahap Prakontraktual Pada Perjanjian Jual Beli Perumahan, Mimbar Hukum Volume 24, Nomor 3, hlm. 505

- memberikan informasi yang sesungguhnya tentang siapa dirinya dengan memberikan bukti berupa dokumen tentang dirinya.
- b. Itikad baik obyektif, yaitu pada saat pelaksanaan perjanjian harus sesuai dengan kepatutan atau keadilan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Berdasarkan hasil penggalian data yang dilakukan oleh penulis menggambarkan bahwa penggunaan klausula eksonerasi dalam perkembangan hingga saat ini tidak hanya diterapkan dalam perjanjian baku sebagai klausula baku dalam suatu perjanjian. Demi menghindari tuntutan ketidaksesuaian atas produk yang ditawarkan, pelaku usaha cenderung melakukan penghindaran atas tanggung gugat yang akan timbul dikemudian hari terkait dengan pembangunan perumahan yang tidak sesuai dengan brosur (alat

peraga penjualan). Pelaku usaha memberikan klausula eksonerasi berupa perubahan spesifikasi maupun bentuk bangunan serta lingkungan yang diperjanjikan dalam brosur sewaktu – waktu dapat berubah. Salah satu klausula eksonerasi yang diberikan oleh pelaku usaha adalah sebagai berikut:

“Brosur, Ilustrasi/bagian brosur in merupakan alat bantu pemasaran dan penjualan. Isi dibuat secara teliti dan seksama pada masa persiapan, dan bukan merupakan bagian dari kontra jual beli. Desain dan spesifikasi dapat berubah sewaktu – waktu sesuai dengan kondisi lapangan”.

Pernyataan tersebut di atas diterjemahkan secara bebas oleh penulis bahwa brosur yang diberikan oleh pelaku usaha hanyalah merupakan alat bantu pemasaran dan penjualan, sehingga brosur sebagai alat bantu pemasaran tersebut bukan merupakan bagian dari

perjanjian jual beli. Apabila terjadi perubahan atas desain dan spesifikasi atas perumahan baik atas bangunan maupun lingkungan perumahan, pelaku usaha dibebaskan dari tanggung gugat dari konsumen pembeli unit perumahan. Sehingga konsumen tidak dapat menggugat ganti rugi atas perubahan yang terjadi. Berikut klausula eksonerasi yang diambil secara acak atas 2 pelaku usaha perumahan.

Tabel 1.
Klausula Eksonerasi Pada Brosur Penawaran Rumah Huni

NO	PELAKU USAHA PERUMAHAN	ISI KLAUSULA EKSONERASI
1	PT. Pondok XXXXXX XXXXX	Brosur, Ilustrasi/bagian brosur ini merupakan alat bantu pemasaran dan penjualan. Isi dibuat secara teliti dan seksama pada masa persiapan, dan bukan merupakan bagian dari kontra jual beli. Desain dan spesifikasi dapat berubah sewaktu – waktu sesuai dengan kondisi lapangan
2	PT. United XXX	Brosur ini adalah alat bantu pemasaran dan penjualan dan bukan merupakan bagian dari kontrak jual beli. Developer dibebaskan dari segala tuntutan apabila terdapat perubahan sewaktu – waktu.

Sumber: diambil dari brosur 2 pengembang perumahan yang berbeda di 2 kota.

Menjadi pertanyaan besar, apakah klausul eksonerasi yang disampaikan di dalam brosur penawaran sebagai alat bantu pemasaran mengikat bagi konsumen yang membeli bangunan perumahan tersebut. Khususnya bagi konsumen yang mendapatkan informasi spesifikasi rumah dan lingkungan hanya di dasarkan brosur pemasaran tersebut.

2. Pembahasan

Sebelum menentukan apakah klausula eksonerasi dapat mengikat bagi konsumen perumahan. Hematnya kita kupas terlebih dahulu tentang perikatan dan berlakunya perikatan pada para pihak yang saling menyepakati.

Berdasarkan pada ketentuan Pasal 1458 BW yang

menentukan bahwa "Jual Beli itu dianggap telah terjadi diantara kedua belah pihak, seketika setelah sepakat mengenai barang dan harganya. Berdasarkan hal tersebut, dianggap bahwa pada dasarnya iklan tersebut melekat dalam kontraktual itu sendiri karena iklan dianggap sebagai bentuk atau wujud lain dari penawaran. Adanya persesuaian kehendak antara penawaran dengan penerimaan dari kedua belah pihak menggambarkan lahirnya kesepakatan timbal balik. Oleh karena itu seorang pembeli tertarik untuk melakukan persesuaian kehendak berawal dari penawaran yang dilakukan kepada pihak pembeli. Pihak pembeli pada akhirnya menyepakati oleh karena janji-janji dan gambaran – gambaran yang sesuai dengan kehendak pembeli hingga akhirnya timbul hubungan timbal balik, yaitu hubungan jual beli. Janji – janji dan gambaran yang sesuai kehendak hingga menimbulkan persesuaian kehendak tersebut

direpresentasikan dalam bentuk iklan yang dikemas secara bagus dalam wujud tertulis berbentuk iklan/brosur. Atas dasar pernyataan persesuaian kehendak itulah, maka hubungan kontraktual; antara penjual dengan pembeli telah lahir, sehingga membuat iklan/brosur menjadi bagian yang melekat dalam perjanjian jual beli tersebut. Sesuai dengan hasil pembahasan di atas, maka klausula yang timbul dalam suatu perjanjian menjadi sebuah kesepakatan yang wajib dijalankan oleh para pihak saat lahirnya perjanjian tersebut yang dalam hal ini juga sebagai wujud dari pelaksanaan asas "*Pacta Sun Servanda*".

Ketentuan lain yang mengatur tentang perjanjian jual beli diatur juga dalam Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK memberikan perlindungan bagi konsumen terkait janji – janji pelaku usaha pada saat mempromosikan produk yang

ditawarkan kepada masyarakat. Hal tersebut di gambarkan dalam ketentuan pasal-pasal UUPK sebagai berikut: Pasal 8 ayat (1) huruf f, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13, Pasal 19 ayat (1), Pasal 62 ayat (1) dan Pasal 7 huruf a.

Pasal 8 ayat (1) huruf f menentukan:

(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut

Pasal 9 menentukan:

(1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklan-kan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :

a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu

tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;

- b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
- d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;

- j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

(2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

(3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Penulis mencoba menafsirkan dari ketentuan Pasal 8 ayat (1) huruf f dan Pasal 9 UUPK memberikan gambaran bahwa pelaku usaha tidak diperkenankan untuk melakukan penyebarluasan informasi secara tidak benar melalui iklan (yang dalam hal ini direpresentasikan dalam

wujud brosur). Pelaku usaha hendaknya menyampaikan hal – hal yang benar adanya, dapat dipertanggungjawabkan, dan sesuai dengan kondisi sesungguhnya. Ketentuan – ketentuan tersebut secara eksplisit menentukan bahwa pada prinsipnya iklan tersebut mengikat secara hukum ketika konsumen merasa dirugikan atas kondisi fakta yang tidak sesuai dengan keadaan yang digambarkan dalam iklan.

Lebih lanjut ditentukan dalam **Pasal 18** bahwa:

- (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 konsumen;
- c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan 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 pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebasan 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.
- (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

Berdasarkan ketentuan diatas, khususnya ayat (1) huruf a, c, dan d merupakan ketentuan tegas bahwa pengalihan tanggungjawab yang berindikasi pada pelepasan tanggungjawab pelaku usaha atas produk yang diperjualbelikan telah melanggar prinsip – prinsip yang diatur dalam UUPK. Lebih lanjut Pasal 18 ayat (3) UUPK mengindikasikan bahwa setiap klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) UUPK berdampak pada batal demi hukum (*nietig/null and void*)

Sejatinya suatu tindakan itikat tidak baik dalam melakukan perjanjian dilarang dalam ketentuan BW khususnya Pasal 1328 BW yang menentukan bahwa “Penipuan merupakan suatu alasan untuk membatalkan suatu persetujuan, bila penipuan yang dipakai oleh salah satu pihak adalah sedemikian rupa, sehingga nyata bahwa pihak yang lain tidak akan mengadakan perjanjian itu tanpa adanya tipu muslihat. Penipuan tidak hanya dikira – kira, melainkan harus dibuktikan.⁹

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan pada paragraf – paragraf sebelumnya dapat diketahui, bahwa sejatinya seorang calon konsumen tidak akan melakukan pembelian atas produk (yang dalam hal ini adalah produk rumah) apabila nyata – nyata terdapat hal yang dia tidak inginkan. Untuk itu seorang penjual harus memiliki

⁹ Kitab Undang Undang Hukum Perdata, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1924-556.

itikad baik dalam melakukan sebuah jual beli (perjanjian). Hal ini dapat kita ambil dari kata “....sehingga nyata bahwa pihak yang lain tidak akan mengadakan perjanjian itu tanpa adanya tipu muslihat.” Asas itikad baik ini juga merupakan amanat dari ketentuan Pasal 1338 ayat (3) BW menentukan bahwa: Persetujuan-persetujuan (perjanjian) harus dilaksanakan dengan itikad baik. Apabila kita merangkai atas Pasal 1328 dan 1338 seperti yang tersebut di atas, maka dengan adanya pelanggaran atas asa itikad baik akan berdampak pada pembatalan atas perjanjian/kesepakatan yang telah dilakukan oleh para pihak atau yang lazim kita sebut dengan “Dapat Dibatalkan Demi Hukum”.

J. Satrio menyampaikan bahwa “Dalam perikatan yang lahir dari perjanjian, kehendak para pihak memang tertuju atau dianggap tertuju pada akibat hukum tertentu. Mereka

memang menghendaki atau dianggap menghendaki munculnya perikatan sebagai akibat hukum dari perjanjian yang mereka tutup.¹⁰ Lebih lanjut Satrio juga menyampaikan bahwa “Pada hakikatnya, bila pihak dirugikan (konsumen) karena janji – janji iklan yang dinyatakan oleh pihak produsen tidaklah benar dan tidak sesuai dengan kenyataannya, hendak menggugat pihak yang menimbulkan kerugian (produsen) atas dasar kualifikasi wanprestasi, maka terlebih dahulu haruslah dibuktikan bahwa terdapat hubungan kontraktual diantara produsen dan konsumen. Dalam artian ada perikatan yang lahir atas dasar perjanjian diantara kedua belah pihak.”¹¹

Pendapat J. Satrio bukan tanpa dasar, berdasarkan *The Principles or European Contract of Law 2002 Act.*

¹⁰ J Satrio, 2009, Hukum Perikatan, Perikatan Pada Umumnya, Alumni, Bandung, hlm. 43.

¹¹ *Ibid*, hlm. 43

2.201¹² menentukan bahwa suatu tawaran untuk menyediakan barang atau jasa dengan harga yang telah tercantum, yang dibuat oleh seorang penyedia barang atau jasa yang profesional, dalam iklan layanan masyarakat atau katalog, dianggap menjadi sebuah penawaran (*offer*) untuk menjual barang dan/atau jasa pada harga saat itu, sampai persediaan barang atau kapasitas pasokan (*supply*) atas barang tersebut telah habis.

Lebih lanjut disampaikan oleh Taufik, yang menyampaikan bahwa kedudukan hukum iklan adalah sebagai janji/unsur dari perjanjian yang memberikan implikasi hukum dari iklan tersebut.¹³ Pendapat ini Kalaupun terdapat klausul yang menyatakan bahwa brosur – brosur maupun iklan penawaran

tidak menjadikannya sebagai bagian dari perjanjian, selama pembeli merasa dirugikan sebagai akibat klausul tersebut di kemudian hari, maka tetap ada suatu tanggungjawab prakontraktual (*precontractual liability*) dari penjual untuk selalu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Berdasarkan paparan tersebut di atas dapat dinyatakan bahwa klausula eksonerasi selama menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen, maka klausula eksonerasi yang timbul dalam brosur tidak mengikat dalam perjanjian jual beli tersebut.

Celina menambahkan bahwa persesuaian sepakat dari para pihak (dalam hal ini jual beli rumah pada developer) menempatkan posisi pembeli pada pihak yang lemah. Alih – alih efisiensi waktu pengurusan, Penjual menerapkan Perjanjian sepihak yang tidak memberikan kesempatan bagi pembeli untuk melakukan negoisasi atas klausula yang terdapat dalam perjanjian. Kecenderungan

¹² K.M. Sharma, 1999, *From Sancity to Fairness: An Easy Transition in The Law of Contract?*, Law School Journal of International Law & Comparative Law Vol. 18, New York, hlm. 107

¹³ Taufik H. Simatupang, 2004, Aspek Hukum Periklanan dalam perspektif Perlindungan Konsumen, cet. 1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 30.

konsumen dalam menandatangani perjanjian dalam kondisi terpaksa menerima segala isi beserta syarat-syarat yang termaktub dalam perjanjian baku yang ditetapkan secara sepah oleh pelaku usaha merupakan bukti bahwa adanya penyalahgunaan keadaan ketidakseimbangan dalam posisi tawar-menawar atau perundingan antara pihak penjual yang memiliki kekuatan secara ekonomis terhadap pihak pembeli yang cenderung dalam posisi pihak ekonomi lemah. Kondisi ini membuat salah satu pihak berada dalam keadaan tidak bebas untuk menyatakan kehendak. Kelemahan ini menjadikan celah penyalahgunaan keadaan yang dimasukkan sebagai keadaan yang bertentangan dengan ketertiban umum atau kebiasaan yang baik (*goede zeden*).¹⁴ Hal ini bertentangan dengan syarat subyektif dan syarat obyektif yang tercantum dalam Pasal 1320 BW.

Selanjutnya pencederaan terhadap syarat obyektif bentuk pengingkaran/mencederai syarat obyektif, maka secara keseluruhan persesuaian kehendak antara penjual dan pembeli yang dituangkan dalam perjanjian jual beli sedari pembentukan perjanjian dianggap tidak ada, karena dianggap terdapat itikad buruk yang mendasari perjanjian.

D. KESIMPULAN

Penawaran melalui brosur (alat peraga penawaran) berklausula eksonerasi membuat konsumen tidak memiliki posisi tawar dalam jual beli perumahan. Hukum perjanjian di Indonesia pada hakekatnya menganggap bahwa brosur memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Kekuatan mengikat ini didasarkan bahwa brosur merupakan sebuah bentuk penawaran yang mengikat seperti yang ditentukan dalam UUPK yang dilandasi dengan asas itikad baik pada tahap prakontraktual. Apabila timbul hubungan kontraktual antara pelaku usaha

¹⁴ Op. Cit. Celina Tri. S.K, hlm. 139

dengan konsumen yang diwujudkan dalam persesuaian kehendak dituangkan dalam perjanjian atas dasar brosur yang diterima oleh konsumen, maka brosur merupakan dokumen pendukung dalam substansi perjanjian. Ditinjau dari kebebasan membuat perjanjian (*freedom of contract*) perjanjian baku berklausula eksonerasi tidak tidak mempunyai kekuatan mengikat sepanjang terdapat hal yang merugikan konsumen. Ketentuan pengalihan tanggung gugat yaitu tindakan pelaku usaha tidak bertanggungjawab atas perubahan spesifikasi yang terdapat di brosur telah mencederai prinsip – prinsip perlindungan konsumen yang ditentukan dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a, c, dan d UUPK. Pasal 18 ayat (3) UUPK selanjutnya menentukan bahwa setiap klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) UUPK berdampak pada batal demi hukum (*nietig/null and void*).

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin, 2012, Metode Penelitian Hukum, Sinar Grafika, Jakarta
- Badrulzaman, Mariam Darus, 2015, *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Fuady, Munir, 2003, Hukum Kontrak (Dari Sudut Hukum Bisnis), PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- HS. H.Salim, 2006, Perkembangan Hukum Kontrak di luar KUH Perdata, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hernoko, Agus Yudha, 2010, Hukum perjanjian “Asas Proposional dalam Kontrak Komersial”, Kencana, Jakarta.
- Keraf, A. Sonny, 2012, Pustaka Filsfat Etika Bisnis, Tuntunan dan Relevansinya, Kanisius, Yogyakarta.
- Satrio, J, 1993, Hukum Perikatan yang Lahir Dari Undang Undang, Citra Aditya Bhakti, Bandung.

- , 2009, Hukum Perikatan, Perikatan Pada Umumnya, Alumni, Bandung
- S. Salim H.S., 2007, Perancangan Perjanjian, Jakarta, Sinar Grafika.
- Shidarta, 2000, Hukum Perlindungan Konsumen, Grasindo, Jakarta.
- Simatupang, Taufik H., 2004, Aspek Hukum Periklanan dalam perspektif Perlindungan Konsumen, cet. 1, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- S.K, Celina Tri, 2008, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta
- Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 551/Pdt.G/2000/PN perihal Gugatan wanprestasi antara Anny dan Hontas melawan PT. Securindo Packatama atas hilangnya mobil Toyota Kijang Tahun 1994.
- Putusan Mahkamah Agung Atas Peninjauan Kembali Nomor 124 PK/PDT/2007 perihal Gugatan wanprestasi antara Anny dan Hontas melawan PT. Securindo Packatama atas hilangnya mobil Toyota Kijang Tahun 1994.
- hilangnya mobil Toyota Kijang Tahun 1994
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1924-556
- Purwanto, Harry, 2009, Keberadaan Asas Pacta Sun Servanda Dalam Perjanjian Internasional, Jurnal Mimbar Hukum, Volume 21, Nomor 1, hlm. 162
- Azis T., Saliba, 2001, Contract Law and Legislation, Comparative Law Volume 3, Number 3, hlm. 6
- Innaka, Antari, Sa'ida Rusdiana, Sularto, 2012, Penerapan Asas Itikad Baik Tahap Prakontraktual Pada Perjanjian Jual Beli Perumahan, Mimbar Hukum Volume 24, Nomor 3, hlm. 505

Sharma, K.M., 1999, *From Sancity to Fairness: An Easy Transition in The Law of Contract?*, *Law School Journal of International Law & Comparative Law* Vol. 18, New York.

Sunarjo, 2015, Perbandingan Hukum Indonesia dan Malaysia Terhadap Ketidakseimbangan Dalam Perjanjian Baku, Malang, Jurnal Cakrawala Hukum, Nomor 1.