

# Kekuatan mengikat janji-janji yang dimuat di dalam iklan ditinjau dari kerangka Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law serta Putusan Pengadilan di Indonesia = The binding force of promises in the advertisement considered from the law of contract in Indonesia and common law and verdict in Indonesia

Pasaribu, Hendrik Alfian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20330751&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang kekuatan mengikat dari janji-janji yang dimuat di dalam iklan, baik di dalam teori maupun praktiknya di pengadilan. Penelitian ini merupakan penelitian hukum yang bersifat yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder, diantaranya peraturan perundang-undangan, buku dan putusan hakim. Tinjauan yuridis ini dilakukan terhadap aspek-aspek hukum yang berkaitan dengan hukum perjanjian Indonesia dan Common Law, UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta putusan pengadilan di Indonesia. Dari hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa hukum perjanjian di Common Law menyatakan bahwa iklan tidaklah memiliki kekuatan hukum yang mengikat sebagai sebuah undangan untuk melakukan penawaran. Sementara hukum perjanjian di Indonesia menyatakan bahwa iklan memiliki kekuatan hukum yang mengikat sebagai sebuah bentuk penawaran dan atas dasar UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta asas itikad baik pada tahap prakontraktual. Namun demikian, masih ada perbedaan pendapat mengenai kekuatan mengikat dari iklan di dalam pertimbangan dan putusan hakim di Indonesia.

*This research aims to understand about the binding force of promises in the advertisement, both in theory and practice in the court. This research is a normative juridical law using secondary data, such as legislation, books and verdict. This Judicial review was conducted on the legal aspects relating to the law of contract in Indonesia and Common Law, Law of Republic of Indonesia No. 8 Year 1999 concerning Consumer Protection and verdict in Indonesia. From this research, it is concluded that the law of contract in Common Law states that the advertisement does not have legal binding as an invitation to treat. However, Indonesian contract law states that the advertisement has legal binding as an offer and based on Law of Republic of Indonesia No. 8 Year 1999 concerning Consumer Protection and the principle of good faith on the precontractual phase. However, this research shows that there still have different opinions about the binding force of advertisement in the judgment and verdict in Indonesia.*