Analisis Etika Bisnis dalam Proyek Meikarta: Perspektif Hukum, Etika Periklanan, dan Teori Etika

Vincensius Sebastian Ferreri*[1]
Universitas Brawijaya[1]
*e-mail: vincensiusfe06@gmail.com

ABSTRAK

Proyek Meikarta menjadi salah satu kasus yang menunjukkan pentingnya penerapan etika bisnis dalam pemasaran properti, khususnya terkait kepatuhan hukum, transparansi informasi, dan perlindungan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis permasalahan hukum dan etika periklanan dalam kasus Meikarta serta mengevaluasinya berdasarkan lima teori etika, yaitu utilitarianisme, deontologi, etika kebajikan, etika keadilan, dan etika hak. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur. Data sekunder diperoleh dari artikel jurnal, peraturan perundang-undangan, dan sumber informasi relevan yang membahas pemasaran apartemen, perlindungan konsumen, serta permasalahan proyek Meikarta. Data dianalisis secara deskriptif dengan mengidentifikasi permasalahan, menghubungkannya dengan ketentuan hukum dan prinsip etika periklanan, kemudian mengevaluasinya melalui lima perspektif etika. Hasil analisis menunjukkan bahwa kasus Meikarta menimbulkan persoalan terkait pemenuhan persyaratan pemasaran properti, keterbukaan informasi kepada konsumen, ketepatan janji pemasaran, dan integritas dalam proses perizinan. Kelima teori etika memberikan sudut pandang yang saling melengkapi untuk menilai dampak keputusan bisnis, kewajiban moral perusahaan, karakter organisasi, keadilan pembagian risiko, dan penghormatan terhadap hak konsumen. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pemasaran perlu diimbangi kepatuhan hukum, transparansi, dan tanggung jawab perusahaan agar kepercayaan konsumen dapat terjaga.

Kata kunci : *Etika Bisnis; Etika Periklanan; Meikarta; Perlindungan Konsumen; Teori Etika.*

ABSTRACT

The Meikarta project illustrates the importance of business ethics in property marketing, particularly regarding legal compliance, information transparency, and consumer protection. This study aims to analyze legal and advertising ethics issues in the Meikarta case and evaluate them through five ethical theories: utilitarianism, deontology, virtue ethics, justice ethics, and rights ethics. This research employs a descriptive qualitative approach using a literature study method. Secondary data were obtained from journal articles, legislation, and relevant sources discussing apartment marketing, consumer protection, and issues surrounding the Meikarta project. The data were analyzed descriptively by identifying the main issues, relating them to applicable legal provisions and advertising ethics principles, and evaluating them through five ethical perspectives. The analysis indicates that the Meikarta case raises concerns regarding compliance with property marketing requirements, information transparency toward consumers, the accuracy of marketing promises, and integrity in the licensing process. The five ethical theories provide complementary perspectives for evaluating the consequences of business decisions, corporate moral obligations, organizational character, fairness in risk allocation, and respect for consumer rights. This study emphasizes that marketing success must be accompanied by legal compliance, transparency, and corporate responsibility to maintain consumer trust. These findings highlight the importance of integrating ethical considerations into business decisions, particularly in property development, where consumer commitments involve substantial financial resources and long-term expectations.

Keywords **:** *Advertising Ethics; Business Ethics; Consumer Protection; Ethical Theories; Meikarta.*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor properti memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap tempat tinggal sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, tingginya kebutuhan akan hunian juga dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha melalui strategi pemasaran yang menonjolkan janji

keuntungan, fasilitas, dan kepastian penyerahan unit tanpa diimbangi keterbukaan informasi yang memadai. Dalam bisnis properti, konsumen umumnya mengambil keputusan berdasarkan informasi dan janji yang disampaikan pengembang, sementara realisasi pembangunan membutuhkan proses yang panjang dan melibatkan berbagai persyaratan perizinan (Nurdifa, 2022). Ketidakseimbangan informasi antara pengembang dan konsumen tersebut berpotensi menimbulkan kerugian ketika informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Oleh karena itu, keberhasilan bisnis properti tidak hanya dapat diukur dari pencapaian penjualan dan keuntungan perusahaan, tetapi juga dari kepatuhan terhadap hukum, kejujuran dalam pemasaran, serta tanggung jawab terhadap hak-hak konsumen.

Permasalahan tersebut tercermin dalam kasus Meikarta, proyek hunian yang dipasarkan secara masif sejak 2017 melalui berbagai media dengan janji pembangunan kota mandiri modern dan penyerahan unit pada 2019. Promosi berskala besar tersebut menarik perhatian masyarakat yang mengharapkan hunian dengan harga terjangkau dan fasilitas yang memadai. Akan tetapi, di balik strategi pemasaran tersebut, muncul persoalan terkait kesiapan perizinan dan kesesuaian antara janji pemasaran dengan realisasi proyek. Pada 2018, Komisi Pemberantasan Korupsi melakukan operasi tangkap tangan yang berkaitan dengan dugaan suap dalam proses perizinan proyek Meikarta. Peristiwa tersebut memperbesar perhatian publik terhadap tata kelola proyek dan menimbulkan pertanyaan mengenai kepatuhan pengembang dalam menjalankan kegiatan usahanya (Aprilia, 2023; Rossa & Putri, 2024). Permasalahan kemudian berkembang ketika pembangunan dan penyerahan unit tidak berjalan sesuai dengan waktu yang dijanjikan, sehingga konsumen menghadapi ketidakpastian atas hunian maupun dana yang telah dibayarkan (Nurdifa, 2022).

Persoalan Meikarta tidak berhenti pada keterlambatan pembangunan, tetapi juga menyangkut cara pengembang merespons tuntutan konsumen. Berdasarkan pemberitaan dan kajian yang dirujuk, sebagian konsumen menghadapi kesulitan ketika mengajukan pembatalan dan meminta pengembalian dana, sementara proses penyelesaian kewajiban pengembang menimbulkan ketidakpastian mengenai waktu penyerahan unit. Pada 2023, pengembang juga mengajukan gugatan perdata terhadap 18 konsumen dengan nilai gugatan Rp56 miliar terkait dugaan pencemaran nama baik, sebelum akhirnya mencabut gugatan tersebut setelah mendapat sorotan publik (CNN Indonesia, 2023; Iksir et al., 2023). Rangkaian peristiwa ini menunjukkan bahwa permasalahan dalam bisnis properti tidak hanya berkaitan dengan terpenuhi atau tidaknya kewajiban kontraktual, tetapi juga dengan transparansi informasi, keseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen, serta tanggung jawab perusahaan ketika menghadapi keluhan. Dengan demikian, kasus Meikarta relevan dikaji sebagai persoalan etika bisnis karena keputusan dan tindakan perusahaan dapat berdampak luas terhadap kepercayaan masyarakat dan perlindungan konsumen.

Dari sisi hukum, kasus Meikarta perlu dikaji dengan memperhatikan ketentuan yang mengatur penyelenggaraan perumahan, perlindungan konsumen, dan pemberantasan tindak pidana korupsi. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman menjadi salah satu dasar untuk menelaah kewajiban dalam penyelenggaraan pembangunan dan pemasaran perumahan. Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan landasan untuk menilai pemenuhan hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta kebenaran informasi yang disampaikan dalam kegiatan pemasaran. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi relevan untuk membahas aspek korupsi dalam proses perizinan yang berkaitan dengan proyek tersebut. Selain ketentuan hukum, Etika Pariwara Indonesia (EPI) dapat digunakan untuk menilai apakah pesan promosi telah memenuhi prinsip kejujuran, kebenaran informasi, dan tanggung jawab dalam beriklan. Meskipun demikian, analisis perlu membedakan antara dugaan pelanggaran, fakta yang diberitakan, ketentuan yang relevan, dan pelanggaran yang telah dibuktikan melalui proses hukum agar penilaian terhadap kasus tidak melampaui bukti yang tersedia.

Kajian terhadap kasus Meikarta juga membutuhkan perspektif etika bisnis karena kepatuhan terhadap peraturan belum tentu menjelaskan seluruh persoalan moral yang timbul dari hubungan antara perusahaan dan konsumen. Utilitarianisme dapat digunakan untuk menilai konsekuensi tindakan perusahaan terhadap kesejahteraan berbagai pihak; deontologi menekankan kewajiban untuk bersikap jujur dan memenuhi tanggung jawab; etika keutamaan menyoroti karakter serta integritas pelaku usaha; etika keadilan menelaah pembagian manfaat, risiko, dan beban yang ditanggung para pihak; sedangkan etika hak berfokus pada penghormatan terhadap hak konsumen. Kelima perspektif tersebut memungkinkan suatu tindakan dinilai

bukan hanya dari hasil akhirnya, melainkan juga dari kewajiban moral, karakter, keadilan hubungan, dan hak pihak yang terdampak. Dalam konteks ini, perlindungan konsumen menjadi titik penghubung untuk memahami bagaimana strategi pemasaran, persoalan perizinan, keterlambatan pembangunan, dan respons terhadap keluhan saling berkaitan dalam membentuk persoalan etika bisnis.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini diarahkan untuk menganalisis kasus Meikarta melalui studi literatur dengan mengintegrasikan pembahasan mengenai aspek hukum, etika periklanan, dan teori etika bisnis. Berbeda dari pembahasan yang hanya berfokus pada kronologi kasus atau satu jenis persoalan, kebaruan yang diusulkan dalam artikel ini terletak pada penggunaan kerangka analisis terpadu untuk menghubungkan persoalan kepatuhan hukum dan etika pemasaran dengan konsekuensinya terhadap hak serta posisi konsumen, kemudian menilainya melalui lima perspektif etika bisnis. Pendekatan ini diharapkan dapat memperlihatkan persamaan maupun perbedaan penilaian yang dihasilkan oleh setiap teori, sehingga analisis tidak berhenti pada identifikasi bentuk pelanggaran, tetapi juga menjelaskan alasan tindakan tersebut bermasalah secara etis. Untuk mencapai tujuan tersebut, artikel ini membahas kronologi dan karakteristik utama kasus Meikarta, mengidentifikasi ketentuan hukum dan prinsip Etika Pariwara Indonesia yang relevan, serta menganalisis tindakan pengembang berdasarkan perspektif utilitarianisme, deontologi, etika keutamaan, etika keadilan, dan etika hak. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pentingnya integritas pemasaran, tanggung jawab perusahaan, dan perlindungan konsumen dalam praktik bisnis properti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur dan analisis kasus. Studi literatur digunakan untuk mengumpulkan dan menelaah berbagai sumber yang relevan, sedangkan analisis kasus digunakan untuk memahami permasalahan etika bisnis dalam proyek Meikarta secara kontekstual. Pendekatan ini mengacu pada praktik kajian literatur dalam penelitian akuntansi, sebagaimana dilakukan oleh Pratama & Nurafni Eltivia (2021) serta Natalia (2022), yang menggunakan literatur sebagai dasar untuk mengkaji fenomena dan mengembangkan interpretasi berdasarkan perspektif teoretis.

Data penelitian merupakan data sekunder yang diperoleh melalui artikel jurnal ilmiah, buku yang relevan, peraturan perundang-undangan, dokumen resmi yang tersedia, serta pemberitaan dari media yang kredibel. Literatur dipilih berdasarkan relevansinya dengan kasus Meikarta, perlindungan konsumen, etika periklanan, dan teori etika bisnis. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan mengidentifikasi, membaca, mencatat, dan mengelompokkan informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif dan interpretatif melalui tiga tahap, yaitu mengidentifikasi fakta serta persoalan dalam kasus Meikarta, menelaah relevansinya dengan ketentuan hukum dan Etika Pariwara Indonesia, serta mengevaluasinya berdasarkan perspektif utilitarianisme, deontologi, etika keutamaan, etika keadilan, dan etika hak. Hasil analisis selanjutnya disintesiskan untuk merumuskan kesimpulan mengenai persoalan etika bisnis dan perlindungan konsumen dalam kasus tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Studi Literatur

Tabel 1. Studi Literatur

No	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Desain Penelitian	Fokus Utama	Hasil Penelitian
1	Nanda & Sulastri (2023)	Pertanggungjawaban Pt Mahkota Sentosa Utama Akibat Wanprestasi Dalam Jual Beli Apartemen Melalui Sistem Pre-Project Selling	Penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan,	Menelaah kepatuhan penjualan apartemen Meikarta terhadap hukum serta tanggung jawab pengembang atas wanprestasi dan	Penjualan dinilai tidak memenuhi sejumlah persyaratan administratif, perizinan, dan PPJB. Penelitian menyimpulkan bahwa PPJB yang dikaji batal demi hukum serta

			konseptual, dan kasus.	kerugian konsumen.	menguraikan penyelesaian melalui ganti rugi dan perjanjian homologasi.
2	Rizal & Sugiyono (2025)	Legal Certainty of Homologation in Postponement of Debt Payment Obligations on The Fulfillment of Consumer Rights as Concurrent Creditors (Study: Cikarang District Court Decision No. 87/Pdt.G/2021/PN Ckr)	Penelitian hukum dengan analisis peraturan dan studi putusan pengadilan.	Mengkaji kepastian hukum homologasi PKPU dan pemenuhan hak konsumen Meikarta sebagai kreditur konkuren setelah adanya putusan homologasi.	Homologasi mengikat para pihak, tetapi tidak selalu menyelesaikan persoalan keadilan substantif bagi konsumen. Putusan pengadilan yang dikaji menunjukkan bahwa hakim dapat menggunakan penemuan hukum untuk mempertimbangkan perlindungan konsumen dalam sengketa setelah homologasi.
3	Therik & Gultom (2023)	Perlindungan Pembeli Apartemen *Pre Project Selling* (Studi Kasus Keterlambatan Serah Terima Proyek Meikarta)	Penelitian hukum dengan pendekatan studi kasus dan analisis peraturan perlindungan konsumen.	Menganalisis risiko pembeli apartemen yang belum menerima unit sesuai perjanjian serta upaya hukum yang masih dapat ditempuh setelah putusan homologasi PKPU.	Peraturan yang tersedia belum menjamin perlindungan konsumen secara menyeluruh. Putusan homologasi membatasi upaya pembeli dalam memperjuangkan haknya, sehingga diperlukan penelaahan terhadap alternatif perlindungan hukum yang masih tersedia.
4	Rahmat et al. (2023)	Akibat Hukum Jual Beli Apartemen Sistem *Pre Project Selling* yang Tidak Dibuat dalam Akta Notaris	Penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual serta interpretasi sistematis dan gramatikal.	Menganalisis akibat hukum transaksi apartemen dengan sistem pre-project selling yang dilakukan melalui perjanjian pemesanan tanpa akta PPJB di hadapan notaris.	Perjanjian pemesanan dinilai dapat memenuhi syarat sah perjanjian dan mengikat para pihak. Namun, kekuatan pembuktiannya hanya sebagai akta di bawah tangan, bukan akta autentik.
5	Rahmat et al. (2022)	Kekaburan Batasan Makna Pemasaran dalam Transaksi Jual Beli Apartemen dengan Sistem *Pre Project Selling*	Penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual.	Menganalisis batasan makna pemasaran apartemen dalam sistem pre-project selling, khususnya apakah kegiatan promosi termasuk pemasaran yang harus memenuhi persyaratan Pasal 42 UU Rumah	Praktik *pre-project selling* kerap dilakukan tanpa memenuhi seluruh persyaratan pembangunan. Kekaburan makna pemasaran dan keterbatasan pengaturan sanksi menimbulkan ketidakpastian hukum, sehingga pengawasan

	Susun.	pemerintah perlu diperkuat.

Diolah penulis, 2026

Berdasarkan hasil telaah terhadap lima artikel, penelitian terdahulu memiliki persamaan dalam membahas permasalahan hukum yang timbul dari praktik jual beli apartemen dengan sistem *pre-project selling*, khususnya dalam kasus Meikarta. Pembahasan tersebut mencakup tanggung jawab pengembang atas keterlambatan serah terima, perlindungan hak konsumen, kepastian hukum dalam pelaksanaan homologasi, serta keabsahan perjanjian jual beli apartemen yang dilakukan sebelum pembangunan selesai. Meskipun memiliki fokus yang saling berkaitan, setiap penelitian menyoroti aspek yang berbeda. Nanda & Sulastri (2023) membahas pertanggungjawaban pengembang akibat wanprestasi, sedangkan Rizal & Sugiyono (2025) menelaah kepastian hukum homologasi dalam pemenuhan hak konsumen sebagai kreditor konkuren. Therik & Gultom (2023) berfokus pada perlindungan pembeli akibat keterlambatan serah terima, sementara Rahmat et al. (2023) mengkaji keabsahan perjanjian pemesanan apartemen yang tidak dibuat dalam akta notaris serta ketidakjelasan batasan pemasaran dalam transaksi pre-project selling. Secara keseluruhan, kelima penelitian tersebut memberikan landasan untuk memahami persoalan hukum dan perlindungan konsumen dalam proyek Meikarta. Namun, berdasarkan fokus kajian yang ditelaah, pembahasan lebih banyak diarahkan pada aspek hukum dan hubungan kontraktual, sehingga analisis terpadu mengenai etika pemasaran dan tanggung jawab moral perusahaan melalui berbagai perspektif teori etika belum menjadi fokus utama. Oleh karena itu, penelitian ini melengkapi pembahasan tersebut dengan menganalisis kasus Meikarta melalui perspektif hukum, etika pemasaran, serta lima teori etika, yaitu utilitarianisme, deontologi, etika kebajikan, etika keadilan, dan etika hak, guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai permasalahan bisnis dan dampaknya terhadap konsumen.

Analisis Pelanggaran Hukum

Pemasaran proyek properti sebelum pembangunan selesai pada dasarnya diperbolehkan di Indonesia, tetapi pelaksanaannya harus memenuhi persyaratan hukum yang berlaku. Dalam kasus Meikarta, aspek hukum yang perlu diperhatikan meliputi ketentuan pemasaran dan jual beli apartemen, perlindungan konsumen, serta tindak pidana korupsi yang berkaitan dengan pengurusan perizinan proyek Salim et al. (2023). Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa permasalahan Meikarta tidak hanya berkaitan dengan keterlambatan pembangunan, tetapi juga menyangkut kepatuhan terhadap regulasi, transparansi informasi, dan perlindungan hak konsumen (Ravini et al., 2026).

Dari aspek pemasaran properti, Pasal 42 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2011 tentang Rumah Susun mengatur bahwa pengembang dapat melakukan pemasaran sebelum pembangunan dilaksanakan dengan memenuhi sejumlah persyaratan, antara lain kepastian peruntukan ruang, kepastian hak atas tanah, kepastian status penguasaan rumah susun, perizinan pembangunan, dan jaminan pembangunan dari lembaga penjamin. Selain itu, Pasal 43 mengatur persyaratan pelaksanaan perjanjian pengikatan jual beli (PPJB), termasuk kepemilikan izin mendirikan bangunan, ketersediaan prasarana, sarana, dan utilitas umum, serta keterbangunan paling sedikit 20%. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa pemasaran apartemen sebelum pembangunan selesai bukanlah tindakan yang otomatis melanggar hukum, tetapi harus memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Dalam kasus Meikarta, permasalahan perizinan yang terungkap dalam proses penanganan perkara korupsi menimbulkan pertanyaan mengenai pemenuhan persyaratan tersebut pada saat pemasaran dilakukan. (Rahmat et al., 2022) juga menyoroti persoalan hukum dalam praktik *pre-project selling*, khususnya ketidakjelasan batasan pemasaran dan perlunya kepastian hukum bagi konsumen. Oleh karena itu, penilaian terhadap dugaan pelanggaran ketentuan pemasaran perlu didasarkan pada status perizinan dan pemenuhan persyaratan hukum pada waktu transaksi berlangsung, bukan semata-mata pada fakta bahwa pembangunan belum selesai (Trisnadi & Lie, 2024).

Aspek berikutnya adalah perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 huruf c memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa. Ketentuan ini relevan dengan pemasaran Meikarta yang menonjolkan gambaran kota modern dan target serah terima unit

pada 2019. Ketika janji pemasaran tidak terealisasi sesuai harapan konsumen, muncul persoalan mengenai kesesuaian antara informasi yang disampaikan, kondisi proyek yang sebenarnya, dan kewajiban pengembang berdasarkan perjanjian. Namun, keterlambatan serah terima saja tidak serta-merta membuktikan adanya penipuan atau pelanggaran terhadap hak atas informasi; penilaiannya perlu mempertimbangkan isi materi promosi, informasi yang tersedia bagi calon pembeli, serta ketentuan perjanjian yang disepakati (Setyawan & Waluyo, 2024). Selain itu, Pasal 18 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen melarang pencantuman klausula baku tertentu, termasuk klausula yang mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha atau memberikan hak kepada pelaku usaha untuk menolak pengembalian uang yang telah dibayarkan konsumen. Dengan demikian, apabila dokumen pemesanan atau perjanjian Meikarta memuat klausula yang termasuk dalam larangan tersebut, klausula itu perlu dinilai berdasarkan ketentuan Pasal 18. Kajian Nanda dan Sulastri (2023) mengenai tanggung jawab PT Mahkota Sentosa Utama akibat wanprestasi serta Therik dan Gultom (2023) mengenai perlindungan pembeli apartemen yang mengalami keterlambatan serah terima memberikan dasar untuk memahami posisi konsumen dalam permasalahan ini. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan janji serah terima, tetapi juga dengan keterbukaan informasi, pelaksanaan perjanjian, dan penyelesaian kerugian konsumen sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Permasalahan hukum Meikarta juga berkaitan dengan tindak pidana korupsi dalam proses pengurusan perizinan proyek. Pada 2018, Komisi Pemberantasan Korupsi mengungkap perkara dugaan suap yang berkaitan dengan pengurusan izin proyek Meikarta di Kabupaten Bekasi. Dalam proses penanganan perkara tersebut, sejumlah pejabat pemerintah daerah dan pihak yang terkait dengan pengembang diproses secara hukum atas pemberian atau penerimaan suap untuk memengaruhi pengurusan perizinan. Pemberitaan mengenai perkara tersebut menyebutkan adanya aliran uang yang berkaitan dengan pengurusan Izin Peruntukan Penggunaan Tanah, persetujuan lingkungan, dan kemudahan pengurusan izin mendirikan bangunan (Rizal & Sugiyono, 2025). Peristiwa ini menunjukkan adanya persoalan serius dalam tata kelola perizinan dan integritas pihak-pihak yang terlibat. Dari perspektif hukum, tindakan suap yang terbukti memenuhi unsur tindak pidana dapat dikenai ketentuan Undang-Undang Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Korupsi sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2001. Meskipun demikian, pertanggungjawaban pidana harus ditentukan berdasarkan peran masing-masing pihak dan putusan hukum yang relevan; perkara korupsi tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa seluruh kegiatan pemasaran Meikarta merupakan tindak pidana.

Berdasarkan ketiga aspek tersebut, kasus Meikarta memperlihatkan keterkaitan antara kepatuhan terhadap persyaratan pemasaran properti, pemenuhan hak konsumen, dan integritas dalam pengurusan perizinan. Persoalan perizinan dapat memengaruhi kepastian pembangunan, sedangkan ketidaksesuaian antara janji pemasaran dan realisasi proyek berpotensi menimbulkan kerugian serta ketidakpastian bagi pembeli. Di sisi lain, perkara suap yang terungkap menunjukkan pentingnya proses perizinan yang transparan dan bebas dari praktik korupsi. Oleh karena itu, analisis hukum terhadap Meikarta perlu dilakukan dengan membedakan setiap bentuk permasalahan berdasarkan unsur dan bukti yang relevan. Pendekatan ini memberikan dasar untuk pembahasan selanjutnya mengenai etika pemasaran dan tanggung jawab moral perusahaan, terutama dalam menyampaikan informasi secara jujur, memenuhi komitmen kepada konsumen, dan menjalankan kegiatan usaha sesuai prinsip tata kelola yang baik.

Analisis Etika Pariwara

Selain aspek hukum, kasus Meikarta juga dapat dikaji dari perspektif etika periklanan, khususnya mengenai kejujuran informasi, transparansi kondisi properti, dan penyampaian janji pemasaran kepada konsumen. Etika Pariwara Indonesia (EPI) menetapkan bahwa iklan dan pelaku periklanan harus menjunjung prinsip kejujuran, kebenaran, dan tanggung jawab. Prinsip tersebut menjadi penting dalam pemasaran properti karena keputusan pembelian umumnya melibatkan nilai transaksi yang besar serta kepercayaan konsumen terhadap informasi yang disampaikan pengembang. Dalam kasus Meikarta, promosi yang menampilkan konsep kota modern dengan berbagai fasilitas futuristik perlu dinilai berdasarkan kesesuaian antara gambaran yang ditampilkan, kondisi proyek pada saat iklan disampaikan, dan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Penggunaan animasi atau visualisasi komputer dalam iklan tidak dengan sendirinya merupakan pelanggaran etika (Haloho & Simorangkir, 2026). Namun, apabila

penyajiannya menimbulkan kesan bahwa fasilitas telah tersedia atau pembangunan telah memiliki kepastian, padahal kondisi sebenarnya berbeda dan perbedaan tersebut tidak dijelaskan secara memadai, iklan tersebut berpotensi menyesatkan konsumen. Dengan demikian, persoalan etisnya bukan terletak pada penggunaan visualisasi semata, melainkan pada kemungkinan terbentuknya persepsi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Penilaian tersebut berkaitan dengan ketentuan khusus mengenai iklan properti dalam Pasal 2.15 Etika Pariwara Indonesia. Ketentuan 2.15.1 menyatakan bahwa produk properti hanya dapat diiklankan apabila pengiklan telah memperoleh hak kepemilikan yang sah dan memiliki izin resmi yang diperlukan. Sementara itu, ketentuan 2.15.2 mengharuskan informasi mengenai fasilitas, material, dan jangka waktu penyelesaian properti dapat dipertanggungjawabkan. Ketentuan ini menunjukkan bahwa promosi properti tidak cukup hanya menarik secara visual, tetapi juga harus didukung oleh kepastian legalitas dan informasi yang dapat diverifikasi. Dalam konteks Meikarta, persoalan perizinan yang terungkap dalam perkara hukum menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaian antara kegiatan pemasaran dan persyaratan yang berlaku pada saat iklan disampaikan (Meliana et al., 2021). Selain itu, target penyelesaian dan fasilitas yang dipromosikan perlu dibandingkan dengan dokumen proyek serta informasi yang benar-benar tersedia bagi calon pembeli. Apabila terdapat informasi material mengenai perizinan atau perkembangan proyek yang tidak disampaikan secara memadai, hal tersebut dapat dinilai sebagai persoalan transparansi dan tanggung jawab pengiklan. Meskipun demikian, penetapan adanya pelanggaran terhadap ketentuan EPI perlu didukung bukti mengenai materi iklan, status perizinan, dan informasi yang diberikan kepada konsumen pada periode pemasaran tersebut.

Aspek berikutnya berkaitan dengan penyampaian janji pemasaran dan dorongan kepada konsumen untuk segera melakukan pembelian. Promosi Meikarta pada 2017 menonjolkan pengembangan kota modern dengan target pembangunan dan serah terima yang diproyeksikan dalam waktu tertentu. Pemberitaan pada November 2018, misalnya, memuat pernyataan pihak pengembang bahwa serah terima satu distrik direncanakan berlangsung pada awal 2019. Dalam etika periklanan, janji mengenai waktu penyelesaian harus didasarkan pada perencanaan dan kondisi proyek yang dapat dipertanggungjawabkan. Apabila target tersebut disampaikan seolah-olah merupakan kepastian, tanpa dasar yang memadai atau tanpa menjelaskan adanya ketidakpastian yang material, konsumen berisiko membentuk ekspektasi yang tidak realistis. Demikian pula, penggunaan pesan promosi yang mendorong konsumen membeli dengan segera perlu dinilai berdasarkan kebenaran informasi dan cara pesan tersebut disampaikan. Istilah *fear of missing out* (FOMO) dapat digunakan untuk menjelaskan kecenderungan konsumen merasa khawatir kehilangan kesempatan, tetapi penggunaan istilah tersebut tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa pengembang sengaja menciptakan ketakutan palsu (Rachman & Kirana, 2022). Oleh sebab itu, analisis etika perlu berfokus pada apakah pesan promosi memberikan gambaran yang seimbang dan benar, atau justru mendorong keputusan pembelian melalui kesan urgensi yang tidak didukung keadaan sebenarnya.

Berdasarkan uraian tersebut, persoalan etika periklanan dalam kasus Meikarta dapat dipahami melalui tiga aspek yang saling berkaitan, yaitu kejujuran representasi visual, keterbukaan informasi mengenai legalitas dan kondisi properti, serta tanggung jawab dalam menyampaikan target pembangunan dan serah terima. Ketiganya berhubungan dengan kewajiban pengiklan untuk memastikan bahwa pesan promosi tidak menciptakan persepsi yang keliru bagi calon pembeli. Ketika informasi pemasaran tidak sejalan dengan kondisi proyek, konsumen berpotensi mengambil keputusan berdasarkan ekspektasi yang tidak terpenuhi. Oleh karena itu, promosi properti seharusnya tidak hanya berorientasi pada daya tarik dan peningkatan penjualan, tetapi juga menjamin keakuratan informasi serta mempertimbangkan kepentingan konsumen. Analisis ini menjadi dasar untuk menilai kasus Meikarta lebih lanjut melalui teori-teori etika bisnis, terutama mengenai kejujuran, tanggung jawab, keadilan, dan penghormatan terhadap hak konsumen.

Analisis Kasus Berdasarkan Lima Teori Etika

Berdasarkan teori utilitarianisme, suatu tindakan dinilai etis apabila menghasilkan manfaat terbesar bagi sebanyak mungkin pihak. Dalam kasus Meikarta, pemasaran berskala besar mungkin memberikan keuntungan ekonomi bagi pengembang dan pihak-pihak yang terlibat dalam promosi (Abbas & Putra, 2024). Namun, manfaat tersebut perlu dibandingkan dengan dampak yang dialami konsumen akibat keterlambatan serah terima, ketidakpastian hunian, serta potensi kerugian finansial. Apabila manfaat yang diperoleh

perusahaan tidak sebanding dengan kerugian yang ditanggung konsumen dan masyarakat, praktik bisnis tersebut tidak memenuhi prinsip kemanfaatan terbesar (Kinanti & Heni, 2024). Dengan demikian, keberhasilan pemasaran tidak dapat dijadikan satu-satunya ukuran keberhasilan bisnis tanpa mempertimbangkan kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan (Kusuma & Christianto, 2026).

Dari perspektif deontologi, etika bisnis ditentukan oleh pemenuhan kewajiban moral, terutama kejujuran dan penghormatan terhadap manusia. Pengembang memiliki kewajiban untuk menyampaikan informasi proyek secara benar dan tidak memperlakukan konsumen semata-mata sebagai sumber pendanaan (Matondang et al., 2025). Apabila informasi mengenai kondisi proyek atau kepastian serah terima disampaikan secara menyesatkan, tindakan tersebut bertentangan dengan kewajiban moral untuk bersikap jujur (Rahmawati et al., 2026). Konsumen seharusnya memperoleh informasi yang memadai agar dapat mengambil keputusan secara sadar, bukan hanya didorong oleh janji pemasaran (Alisa et al., 2025). Oleh karena itu, pencapaian target penjualan tidak membenarkan pengabaian kewajiban perusahaan terhadap pembeli.

Sementara itu, teori etika keutamaan menilai tindakan bisnis berdasarkan karakter moral yang tercermin dalam keputusan pelakunya. Perusahaan yang berintegritas seharusnya menunjukkan kejujuran, tanggung jawab, kehati-hatian, dan kepedulian terhadap konsumen (Asadullah & Nurdiansyah, 2024). Dalam kasus Meikarta, persoalan pemasaran, perizinan, dan keterlambatan proyek menjadi dasar untuk mengevaluasi apakah keputusan perusahaan mencerminkan nilai-nilai tersebut (Matondang et al., 2025). Ketika janji pemasaran tidak diimbangi dengan transparansi dan tanggung jawab yang memadai, kepercayaan publik terhadap perusahaan dapat melemah. Perspektif ini menegaskan bahwa reputasi bisnis tidak cukup dibangun melalui citra dan promosi, tetapi harus didukung oleh karakter organisasi yang konsisten dengan nilai-nilai etis.

Dari sudut pandang etika keadilan, hubungan antara pengembang dan konsumen perlu dinilai berdasarkan keseimbangan hak, kewajiban, manfaat, dan risiko. Pengembang memiliki kendali lebih besar atas informasi dan pengelolaan proyek, sedangkan konsumen bergantung pada informasi serta komitmen yang diberikan perusahaan (Maulida et al., 2024). Ketimpangan tersebut dapat menimbulkan ketidakadilan apabila konsumen harus menanggung kerugian dan ketidakpastian tanpa penyelesaian yang layak, sementara kepentingan perusahaan tetap diutamakan (Permatasari et al., 2025). Oleh karena itu, penyelesaian persoalan Meikarta perlu mempertimbangkan pembagian tanggung jawab secara proporsional, termasuk pemenuhan kewajiban pengembang dan perlindungan terhadap konsumen yang terdampak.

Adapun teori etika hak menekankan bahwa setiap individu memiliki hak yang harus dihormati, termasuk hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, mendapatkan kepastian atas transaksi, serta mengajukan tuntutan atau pengaduan ketika dirugikan (Abbas & Putra, 2024). Dalam kasus Meikarta, hak-hak tersebut menjadi relevan ketika konsumen menghadapi ketidakpastian mengenai unit yang dibeli dan penyelesaian kewajiban pengembang. Pemenuhan hak konsumen tidak cukup dinilai dari keberadaan kontrak, tetapi juga perlu mempertimbangkan apakah informasi disampaikan secara layak dan apakah tersedia mekanisme penyelesaian yang adil. Dengan demikian, kepentingan bisnis tidak seharusnya mengesampingkan hak dan martabat konsumen.

Secara keseluruhan, kelima teori tersebut memberikan sudut pandang yang saling melengkapi dalam menilai kasus Meikarta. Utilitarianisme menyoroti keseimbangan manfaat dan kerugian, deontologi menekankan kewajiban moral, etika keutamaan menilai karakter perusahaan, etika keadilan mengkaji keseimbangan hak dan risiko, sedangkan etika hak berfokus pada penghormatan terhadap hak konsumen. Berdasarkan kelima perspektif tersebut, persoalan utama yang dapat dievaluasi bukan hanya kegagalan memenuhi target pembangunan, melainkan juga bagaimana keputusan pemasaran dan pengelolaan proyek mempertimbangkan kejujuran, tanggung jawab, keadilan, serta kepentingan pihak-pihak yang terdampak.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil studi literatur dan analisis kasus, permasalahan Meikarta menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran properti perlu dijalankan dengan memperhatikan kepatuhan hukum, kejujuran informasi, dan tanggung jawab terhadap konsumen. Aspek hukum dalam kasus ini berkaitan dengan pemenuhan persyaratan pemasaran dan penjualan apartemen, perlindungan hak konsumen, serta persoalan tindak pidana korupsi dalam proses pengurusan perizinan. Sementara itu, dari perspektif etika periklanan,

promosi properti harus menyajikan informasi yang akurat, tidak menimbulkan persepsi yang menyesatkan, dan menyampaikan target pembangunan secara bertanggung jawab. Penilaian terhadap dugaan pelanggaran tersebut tetap harus didasarkan pada ketentuan yang relevan dan bukti yang tersedia.

Analisis menggunakan lima teori etika memperlihatkan bahwa permasalahan bisnis tidak cukup dinilai berdasarkan pencapaian penjualan atau keuntungan perusahaan. Utilitarianisme menekankan keseimbangan manfaat dan kerugian, deontologi menyoroti kewajiban moral, etika kebajikan menilai integritas perusahaan, etika keadilan menekankan keseimbangan hak dan tanggung jawab, sedangkan etika hak menggarisbawahi penghormatan terhadap kepentingan konsumen. Kelima perspektif tersebut menunjukkan pentingnya mempertimbangkan dampak keputusan bisnis terhadap seluruh pihak yang terlibat.

Dengan demikian, kasus Meikarta menegaskan bahwa keberlanjutan bisnis properti tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran, tetapi juga pada kepatuhan terhadap hukum, transparansi, integritas, dan pemenuhan komitmen kepada konsumen. Perusahaan perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi proyek dan bahwa risiko bisnis tidak diabaikan dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha agar praktik pemasaran dan pengelolaan proyek dilakukan secara bertanggung jawab serta berorientasi pada perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, I., & Putra, A. H. P. K. (2024). Perspektif utilitarisme tentang penggunaan e-stamp dalam praktik bisnis di indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan*, *12*(1), 224–236. https://doi.org/https://doi.org/10.29303/ius.v12i1.1513

Alisa, Salim, N. E., Ramayani, S. F., & Kusumaningsih, A. (2025). Peran etika bisnis dalam menjembatani kepentingan konsumen dan shareholder: studi kasus pada proyek meikarta. *Journal of Innovative and Creativity*, *5*(2), 3915–3922. https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.625

Aprilia, Z. (2023). *Kronologi kasus meikarta, dulu jor-joran, kini lepas tangan*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/market/20230220113434-17-415229/kronologi-kasus-meikarta-dulu-jor-joran-kini-lepas-tangan

Asadullah, M. Z., & Nurdiansyah, N. A. (2024). Teori keutamaan sebagai landasan etika bisnis. *Gunung Djati Conference Series*, *42*, 346–358. https://doi.org/https://doi.org/10.15575/gdcs.v42i.2225

CNN Indonesia. (2023). *Kronologi konsumen meikarta digugat usai ngadu ke DPR*. CNN Indonesia. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230124125942-92-904175/kronologi-konsumen-meikarta-digugat-usai-ngadu-ke-dpr

Haloho, S. O., & Simorangkir, J. C. T. (2026). Analisis putusan nomor 162/pdt.g/2020/pn.ckr pengadilan negeri cikarang dalam gugatan wanprestasi serah terima apartemen meikarta. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *4*(8), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.62281/bps6p459

Iksir, A. S., Pratama, A. P., & Istighfarrin, S. (2023). Kedudukan perjanjian "penegasan dan persetujuan pemesanan unit" (pppu) meikarta dalam penyelenggaraan jual beli rumah susun. *Tinjauan Hukum UNES*, *5*(4), 3486–3508. https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4.657

Kinanti, H. N., & Heni. (2024). Teori etika bisnis utilitarianisme dan penerapannya dalam praktik bisnis. *Gunung Djati Conference Series*, *42*, 122–129. https://doi.org/https://doi.org/10.15575/gdcs.v42i.2196

Kusuma, N. O. P., & Christianto, H. (2026). Analisis teori hak milik dan utilitarianisme terhadap praktik direct licensing dalam industri musik di indonesia. *The Juris*, *10*(1), 76–84. https://doi.org/https://doi.org/10.56301/juris.v10i1.2319

Matondang, K. A., Muntaza, K. R., Panggabean, L. T., & Siahaan, T. E. G. (2025). Penerapan teori etika teleologi, deontologi, keutamaan, dan hak dalam praktik ekonomi. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *5*(1), 3074–3081. https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.13925

Maulida, Novita, & Aisyah, S. F. (2024). Etika bisnis islam: implementasi prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam ekonomi syariah. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *6*(1), 49–61. https://doi.org/https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740

Meliana, Emirzon, J., & Muntaqo, F. (2021). Perlindungan hukum pengembang dan konsumen rumah susun dalam perjanjian dengan sistem pra proyek penjualan di indonesia. *Lex Lata Jurnal Ilmiah Hukum*, *3*(1), 87–103. https://doi.org/https://doi.org/10.28946/lexl.v3i1.918

Nanda, A. H., & Sulastri. (2023). Pertanggungjawaban pt mahkota sentosa utama akibat wanprestasi dalam jual beli apartemen melalui sistem pre-project selling. *Jurnal Interpretasi Hukum*, *4*(3), 653–662. https://doi.org/https://doi.org/10.55637/juinhum.4.3.8289.653-662

Natalia, I. (2022). Refleksi yudhistira dalam tanggung jawab sosial dan akuntansi lingkungan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, *13*(1), 42–59. https://doi.org/https:// doi.org/10.21776/ ub.jamal.2021.13.1.04

Nurdifa, A. R. (2022). *Kronologi lengkap kisruh meikarta hingga didemo pembeli*. Bisnis.com. https://ekonomi.bisnis.com/read/20221213/47/1607989/kronologi-lengkap-kisruh-meikarta-hingga-didemo-pembeli

Permatasari, A. D., Rahmadhani, L., Marsyalola, L. S., Ramadhan, M. N., & Tarina, D. D. Y. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat keabsahan perjanjian proyek meikarta. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, *4*(1), 98–106. https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i1.4550

Pratama, B. B., & Nurafni Eltivia, K. E. (2021). Revolusi akuntan 4.0. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, *12*(3), 547564. https://doi.org/https://doi.org/10. 21776/ub.jamal.2021. 12.3.31

Rachman, E. M. A., & Kirana, D. A. C. (2022). Perlindungan hukum terhadap pembeli dalam praktik pre project selling di indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Pembangunan*, *11*(1), 94–100. https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.4267

Rahmat, P. B., Widhiyanti, H. N., & Anggraini, E. (2022). Kekaburan batasan makna pemasaran dalam transaksi jual beli apartemen dengan sistem pre project selling. *Masalah-Masalah Hukum*, *51*(1), 82–94. https://doi.org/https://doi.org/10.14710/mmh.51.1.2022.82-94

Rahmat, P. B., Widhiyanti, H. N., & Anggraini, E. (2023). Akibat hukum jual beli apartemen sistem pre project selling yang tidak dibuat dalam akta notaris. *Jurnal Suara Hukum*, *4*(2), 379–407. https://doi.org/10.26740/jsh.v4n2.p379-407

Rahmawati, I., Hanin, L. F., & Cahyanto, T. (2026). Tinjauan etika deontologi terhadap penerapan teknologi in vitro fertilization (IVF). *Polygon : Jurnal Ilmu Komputer Dan Ilmu Pengetahuan Alam*, *4*(1), 01–09. https://doi.org/https://doi.org/10.62383/polygon.v4i1.886

Ravini, K. N. N., Kholid, M., & Nurhayani, N. Y. (2026). Developer's legal liability and the fulfillment of consumer rights in pre-project selling practices: a case study of meikarta apartment marketing. *Journal of Progressive Law and Legal Studies*, *4*(3), 337–354. https://doi.org/https://doi.org/10.59653/jplls.v4i03.2738

Rizal, S. A., & Sugiyono, H. (2025). Legal certainty of homologation in postponement of debt payment obligations on the fulfillment of consumer rights as concurrent creditors (study: cikarang district court decision no. 87/pdt.g/2021/pn ckr). *Jurnal Pengembangan Hu*, *7*(3), 436–449. https://doi.org/10.30659/ldj.7.3.436-449

Rossa, J. A., & Putri, R. S. J. (2024). Meikarta's delay dilemma: a legal study on apartment handover and consumer harm. *Indonesian Journal of Agrarian Law*, *1*(2), 95–110. https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jal.v1i2.31081

Salim, P. W., Jap, C. C., & Naru, M. T. A. (2023). Pemenuhan hak konsumen dalam sengketa perdata lahan meikarta. *Jurnal Cahaya Mandalika*, *3*(1), 137–147. https://doi.org/https://doi.org/10.36312/jcm.v3i1.1961

Setyawan, C. Y., & Waluyo. (2024). Kajian yuridis upaya hukum bagi konsumen atas pembelian unit apartement yang tidak menjalankan prestasinya (studi kasus ppjb pt mahkota semesta utama di bekasi). *Kabilah: Journal of Social Community*, *9*(2), 567–577. https://doi.org/https://doi.org/10.35127/kabillah.v9i2.483

Therik, D. F., & Gultom, E. R. (2023). Perlindungan pembeli apartemen pre project selling: studi kasus keterlambatan serah terima proyek meikarta. *Binamulia Hukum*, *12*(2), 403–416. https://doi.org/10.37893/jbh.v12i2.392

Trisnadi, I. P. I., & Lie, G. (2024). Peran undang-undang nomor 8 tahun 1999 dalam melindungi konsumen apartemen meikarta terkait perselisihannya dengan pihak pengembang pt mahkota sentosa utama. *Journal of Law, Education and Business*, *2*(2), 912–916. https://doi.org/https://doi.org/10.57235/jleb.v2i2.2696

Abbas, I., & Putra, A. H. P. K. (2024). Perspektif utilitarisme tentang penggunaan e-stamp dalam praktik bisnis di indonesia. *Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan*, *12*(1), 224–236. https://doi.org/https://doi.org/10.29303/ius.v12i1.1513

Alisa, Salim, N. E., Ramayani, S. F., & Kusumaningsih, A. (2025). Peran etika bisnis dalam menjembatani kepentingan konsumen dan shareholder: studi kasus pada proyek meikarta. *Journal of Innovative and Creativity*, *5*(2), 3915–3922. https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.625

Aprilia, Z. (2023). *Kronologi kasus meikarta, dulu jor-joran, kini lepas tangan*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/market/20230220113434-17-415229/kronologi-kasus-meikarta-dulu-jor-joran-kini-lepas-tangan

Asadullah, M. Z., & Nurdiansyah, N. A. (2024). Teori keutamaan sebagai landasan etika bisnis. *Gunung Djati Conference Series*, *42*, 346–358. https://doi.org/https://doi.org/10.15575/gdcs.v42i.2225

CNN Indonesia. (2023). *Kronologi konsumen meikarta digugat usai ngadu ke DPR*. CNN Indonesia. https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230124125942-92-904175/kronologi-konsumen-meikarta-digugat-usai-ngadu-ke-dpr

Haloho, S. O., & Simorangkir, J. C. T. (2026). Analisis putusan nomor 162/pdt.g/2020/pn.ckr pengadilan negeri

cikarang dalam gugatan wanprestasi serah terima apartemen meikarta. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *4*(8), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.62281/bps6p459

Iksir, A. S., Pratama, A. P., & Istighfarrin, S. (2023). Kedudukan perjanjian "penegasan dan persetujuan pemesanan unit" (pppu) meikarta dalam penyelenggaraan jual beli rumah susun. *Tinjauan Hukum UNES*, *5*(4), 3486–3508. https://doi.org/https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4.657

Kinanti, H. N., & Heni. (2024). Teori etika bisnis utilitarianisme dan penerapannya dalam praktik bisnis. *Gunung Djati Conference Series*, *42*, 122–129. https://doi.org/https://doi.org/10.15575/gdcs.v42i.2196

Kusuma, N. O. P., & Christianto, H. (2026). Analisis teori hak milik dan utilitarianisme terhadap praktik direct licensing dalam industri musik di indonesia. *The Juris*, *10*(1), 76–84. https://doi.org/https://doi.org/10.56301/juris.v10i1.2319

Matondang, K. A., Muntaza, K. R., Panggabean, L. T., & Siahaan, T. E. G. (2025). Penerapan teori etika teleologi, deontologi, keutamaan, dan hak dalam praktik ekonomi. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *5*(1), 3074–3081. https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v5i1.13925

Maulida, Novita, & Aisyah, S. F. (2024). Etika bisnis islam: implementasi prinsip keadilan dan tanggung jawab dalam ekonomi syariah. *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, *6*(1), 49–61. https://doi.org/https://doi.org/10.24252/el-iqthisady.vi.46740

Meliana, Emirzon, J., & Muntaqo, F. (2021). Perlindungan hukum pengembang dan konsumen rumah susun dalam perjanjian dengan sistem pra proyek penjualan di indonesia. *Lex Lata Jurnal Ilmiah Hukum*, *3*(1), 87–103. https://doi.org/https://doi.org/10.28946/lexl.v3i1.918

Nanda, A. H., & Sulastri. (2023). Pertanggungjawaban pt mahkota sentosa utama akibat wanprestasi dalam jual beli apartemen melalui sistem pre-project selling. *Jurnal Interpretasi Hukum*, *4*(3), 653–662. https://doi.org/https://doi.org/10.55637/juinhum.4.3.8289.653-662

Natalia, I. (2022). Refleksi yudhistira dalam tanggung jawab sosial dan akuntansi lingkungan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, *13*(1), 42–59. https://doi.org/https:// doi.org/10.21776/ ub.jamal.2021.13.1.04

Nurdifa, A. R. (2022). *Kronologi lengkap kisruh meikarta hingga didemo pembeli*. Bisnis.com. https://ekonomi.bisnis.com/read/20221213/47/1607989/kronologi-lengkap-kisruh-meikarta-hingga-didemo-pembeli

Permatasari, A. D., Rahmadhani, L., Marsyalola, L. S., Ramadhan, M. N., & Tarina, D. D. Y. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen akibat keabsahan perjanjian proyek meikarta. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, *4*(1), 98–106. https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurrish.v4i1.4550

Pratama, B. B., & Nurafni Eltivia, K. E. (2021). Revolusi akuntan 4.0. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, *12*(3), 547564. https://doi.org/https://doi.org/10. 21776/ub.jamal.2021. 12.3.31

Rachman, E. M. A., & Kirana, D. A. C. (2022). Perlindungan hukum terhadap pembeli dalam praktik pre project selling di indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Pembangunan*, *11*(1), 94–100. https://doi.org/10.37081/ed.v11i1.4267

Rahmat, P. B., Widhiyanti, H. N., & Anggraini, E. (2022). Kekaburan batasan makna pemasaran dalam transaksi jual beli apartemen dengan sistem pre project selling. *Masalah-Masalah Hukum*, *51*(1), 82–94. https://doi.org/https://doi.org/10.14710/mmh.51.1.2022.82-94

Rahmat, P. B., Widhiyanti, H. N., & Anggraini, E. (2023). Akibat hukum jual beli apartemen sistem pre project selling yang tidak dibuat dalam akta notaris. *Jurnal Suara Hukum*, *4*(2), 379–407. https://doi.org/10.26740/jsh.v4n2.p379-407

Rahmawati, I., Hanin, L. F., & Cahyanto, T. (2026). Tinjauan etika deontologi terhadap penerapan teknologi in vitro fertilization (IVF). *Polygon : Jurnal Ilmu Komputer Dan Ilmu Pengetahuan Alam*, *4*(1), 01–09. https://doi.org/https://doi.org/10.62383/polygon.v4i1.886

Ravini, K. N. N., Kholid, M., & Nurhayani, N. Y. (2026). Developer's legal liability and the fulfillment of consumer rights in pre-project selling practices: a case study of meikarta apartment marketing. *Journal of Progressive Law and Legal Studies*, *4*(3), 337–354. https://doi.org/https://doi.org/10.59653/jplls.v4i03.2738

Rizal, S. A., & Sugiyono, H. (2025). Legal certainty of homologation in postponement of debt payment obligations on the fulfillment of consumer rights as concurrent creditors (study: cikarang district court decision no. 87/pdt.g/2021/pn ckr). *Jurnal Pengembangan Hu*, *7*(3), 436–449. https://doi.org/10.30659/ldj.7.3.436-449

Rossa, J. A., & Putri, R. S. J. (2024). Meikarta's delay dilemma: a legal study on apartment handover and consumer harm. *Indonesian Journal of Agrarian Law*, *1*(2), 95–110. https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jal.v1i2.31081

Salim, P. W., Jap, C. C., & Naru, M. T. A. (2023). Pemenuhan hak konsumen dalam sengketa perdata lahan meikarta. *Jurnal Cahaya Mandalika*, *3*(1), 137–147. https://doi.org/https://doi.org/10.36312/jcm.v3i1.1961

Setyawan, C. Y., & Waluyo. (2024). Kajian yuridis upaya hukum bagi konsumen atas pembelian unit apartement yang

tidak menjalankan prestasinya (studi kasus ppjb pt mahkota semesta utama di bekasi). *Kabilah: Journal of Social Community*, *9*(2), 567–577. https://doi.org/https://doi.org/10.35127/kabillah.v9i2.483

Therik, D. F., & Gultom, E. R. (2023). Perlindungan pembeli apartemen pre project selling: studi kasus keterlambatan serah terima proyek meikarta. *Binamulia Hukum*, *12*(2), 403–416. https://doi.org/10.37893/jbh.v12i2.392

Trisnadi, I. P. I., & Lie, G. (2024). Peran undang-undang nomor 8 tahun 1999 dalam melindungi konsumen apartemen meikarta terkait perselisihannya dengan pihak pengembang pt mahkota sentosa utama. *Journal of Law, Education and Business*, *2*(2), 912–916. https://doi.org/https://doi.org/10.57235/jleb.v2i2.2696