



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN PENGGUNA BLACKBERRY DI INDONESIA**

SKRIPSI

**NIDYASARI ANISA
0606080486**

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM SARJANA REGULER
DEPOK
JANUARI 2011**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN PENGGUNA BLACKBERRY DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Hukum (SH)

NIDYASARI ANISA

0606080486

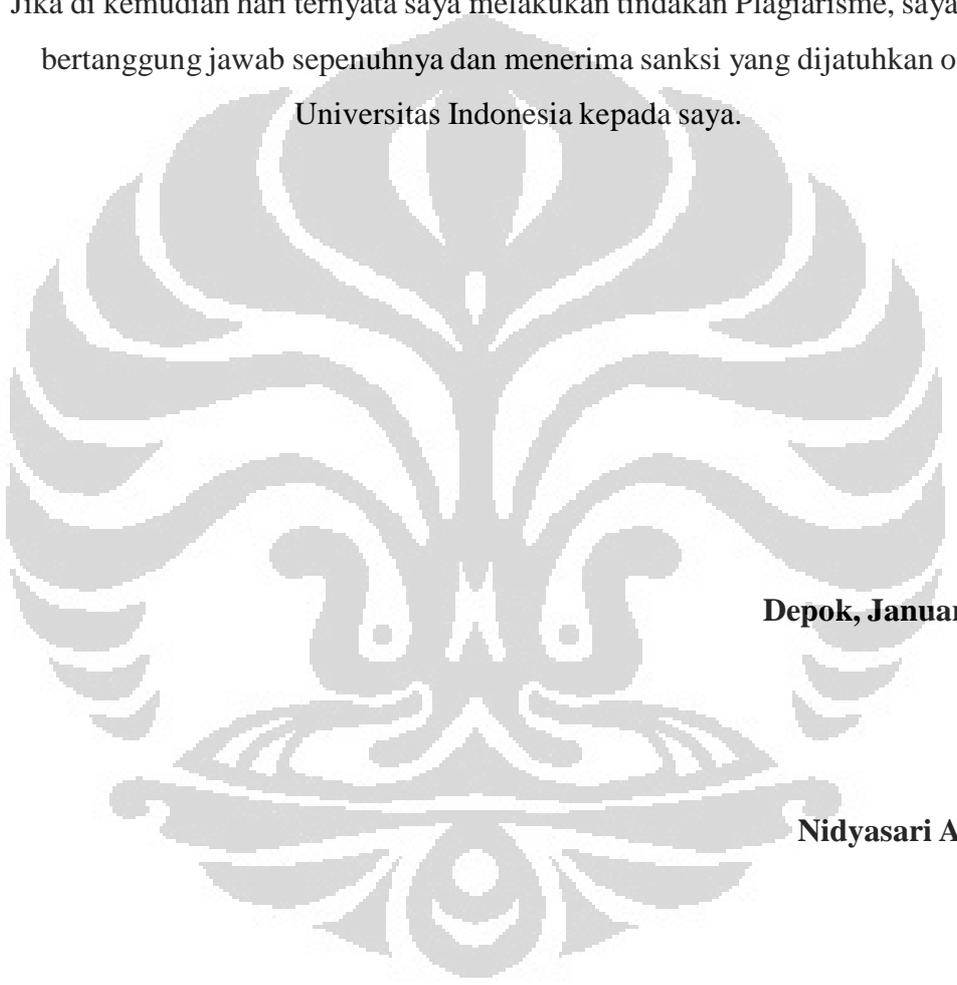
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
KEKHUSUSAN HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI
DEPOK**

JANUARI 2011

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

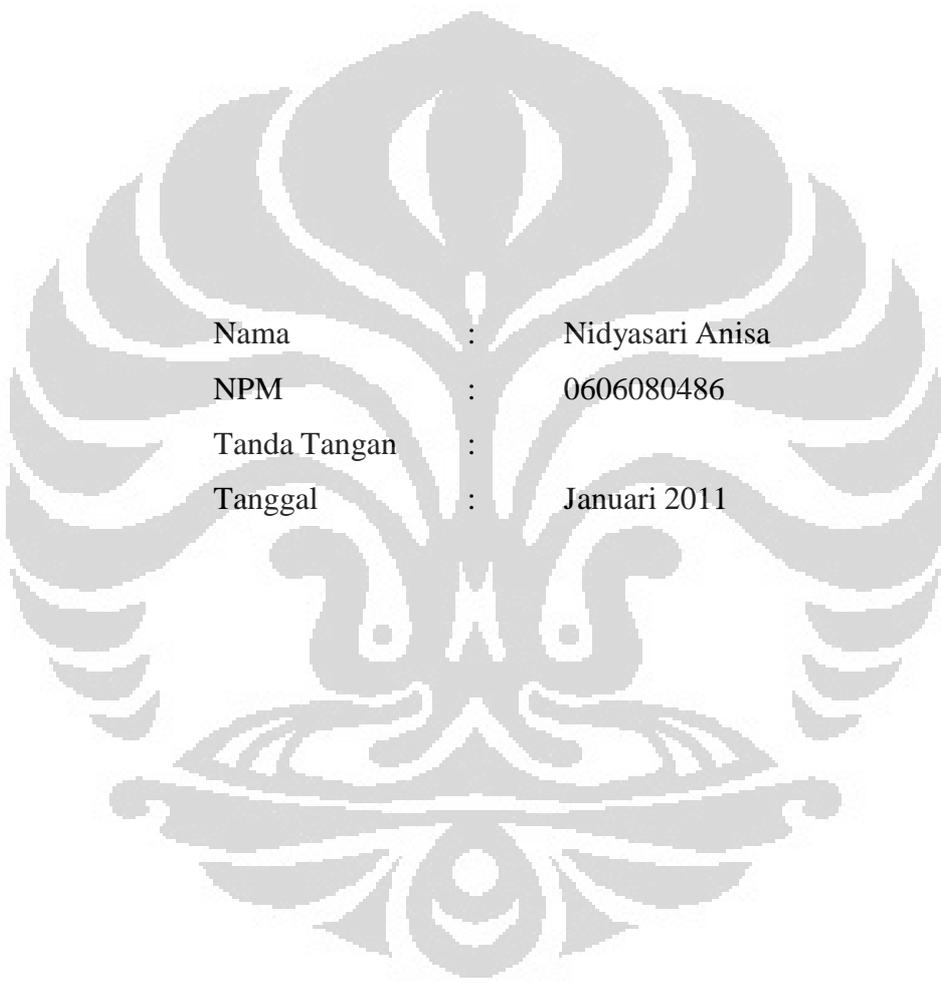


Depok, Januari 2011

Nidyasari Anisa

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.



Nama : Nidyasari Anisa
NPM : 0606080486
Tanda Tangan :
Tanggal : Januari 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Nidyasari Anisa
NPM : 0606080486
Program Studi : Hukum tentang Kegiatan Ekonomi
Judul : ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM
KONSUMEN TERHADAP PERDAGANGAN
BLACKBERRY DI INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH), Fakultas Hukum, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Heri Tjandrasari, S.H., M.H. (.....)

Pembimbing : Henny Marlyna, S.H., M.H., M.LI. (. ..)

Penguji : Myra R Budi Setiawan, S.H., M.H. (.....)

Penguji : Nadia Maulisa, S.H., M.H. (.....)

Penguji : Bono Budi Priambodo, S.H., M.Sc. (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Januari 2011

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirrabbi'l'amin, puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA BLACKBERRY DI INDONESIA”**. Penulisan ini merupakan sebuah pembelajaran yang sangat berharga dan bernilai bagi pribadi penulis. Penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menjadi Sarjana Hukum Program Kekhususan IV (Hukum Tentang Kegiatan Ekonomi) pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Selain itu Penulis juga mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada para pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Allah SWT, Sang Penentu dan Pemegang Kuasa diatas segalanya, terima kasih Ya Allah, Engkau kabulkan doa-doaku. Engkau hantarkan kebaikan kepadaku. Izinkan aku mengukir cita-cita yang lebih tinggi dan berkahi langkahku untuk menjalani niat ini.
2. Ibu Heri Tjandrasari S.H., M.H. selaku pembimbing pertama saya yang di tengah segala kesibukan telah membimbing saya dengan sangat baik sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Henny Marlyna S.H., M.H.,MLI selaku pembimbing kedua saya atas waktu, tenaga dan pikiran, serta selalu memberikan semangat dan dorongan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Akhmad Budi Cahyono S.H., M.H. selaku pembimbing akademis saya. Terimakasih Bapak selalu memberikan motivasi berkaitan dengan mata kuliah yang saya pilih selama di FHUI serta membantu saya beradaptasi di masa-masa awal perkuliahan saya.
5. Keluarga penulis. Mama Dier Agustiaty dan Papa. Terima kasih atas seluruh doa dan dukungannya. Penulis sangat berterima kasih atas segala pengertian dan dukungan yang diberikan selama penulis mengerjakan

skripsi ini. I love you too much, mama. Kakak penulis, Revita Ramadhiana, S.E., yang telah menjadi contoh yang baik bagi penulis selama ini. Adik penulis Dara, yang sedikit banyak telah menghibur penulis. Eyang, Tante Ani dan Bude Tuti, terima kasih.

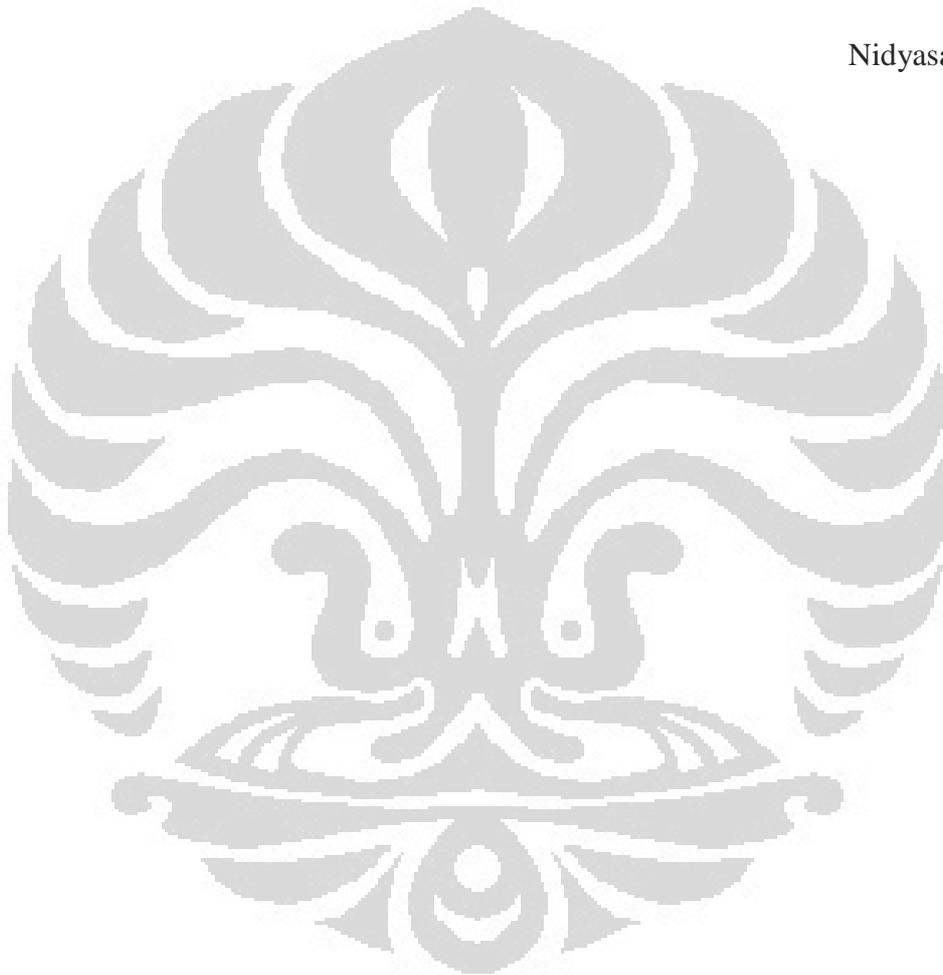
6. Seluruh Dosen dan Karyawan FHUI, termasuk bapak-bapak Birpen, yang telah sangat membantu Penulis selama menjalani hari demi hari masa perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat terbaik selama di FHUI. Dewi, Randy, Sasa. Thanks for always be there. Dian Ziza, Vinny, Uly, Corry, Nda, Meris, Fany, Juju, Arince, Ayya, Dika Anggoro terima kasih banyak atas kebersamaannya yang indah dan juga dukungannya selama ini. Selalu ada yang baru setiap harinya. We had so much time together guys! I deeply love you all. Selain itu kepada Bahtera Novinda yang selalu mendukung dan sangat membantu penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih. Thanks for being in my life guys.
8. Teman-teman sesama penulis lainnya Natalie, Bastend, Iksan, Badrun, Anggun dan teman-teman penulis lainnya yang sama-sama berjuang di semester ini. Bersama berjuang diantara sedikit dari angkatan 2006 yang tersisa. Bersama kita bisa!
9. Seluruh teman FHUI angkatan 2006 yang tentu tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu Penulis selama berkuliah di FHUI.
10. Teman-teman Penulis lainnya. Yazid terima kasih atas tabel-nya. Putri, Dimas Gibol, Vivi, Mala, Acit, Rifda, Wawan dan semua teman Penulis semasa sekolah dari SD sampai SMA lainnya.
11. Seluruh pihak dan kerabat Penulis yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kontribusi kalian semua di hidup saya.

Semoga skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang dapat memperkaya pembangunan hukum di Indonesia, dan semoga juga dapat bermanfaat bagi mahasiswa hukum, dan terlebih bagi masyarakat umum. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena sesungguhnya

kesempurnaan hanya punya Tuhan Yang Maha Kuasa. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan segala kritik dan masukan yang dapat menyempurnakan skripsi ini dan demi kebaikan Penulis kelak.

Depok, 6 Januari 2011

Nidyasari Anisa



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nidyasari Anisa

NPM : 0606080486

Program Studi : Hukum tentang Kegiatan Ekonomi

Fakultas : Hukum

Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM
TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA
BLACKBERRY DI INDONESIA

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok.

Pada tanggal : Januari 2011

Yang menyatakan,

Nidyasari Anisa

(.....)

ABSTRAK

Nama : Nidyasari Anisa
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul : Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Telepon Seluler (Studi Kasus Blackberry)

Telekomunikasi merupakan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial. Adanya telepon seluler semakin mempermudah manusia dalam bertelekomunikasi. Pemerintah telah mengatur ketentuan mengenai perdagangan telepon seluler sebagai syarat yang harus dipenuhi oleh produsen dan importir sebelum Blackberry itu beredar di masyarakat. Blackberry sebagai telepon seluler yang digemari saat ini tak luput terhadap berbagai permasalahan yang dialami oleh penggunanya. Permasalahan yang muncul terkait dengan standar mutu perangkat dan layanan purna jual. Banyaknya importir Blackberry di Indonesia menimbulkan ketidakjelasan bagi konsumen dalam klaim layanan purna jual terkait dengan standar mutu produk yang tidak sesuai. Selain itu, tanggung jawab bagi importir yang berada di bawah afiliasi RIM langsung berbeda dengan tanggung jawab importir yang tidak berafiliasi langsung. Oleh karena itu pengawasan bagi Blackberry yang beredar harus ditingkatkan guna melindungi kepentingan konsumen pengguna Blackberry.

Kata kunci: Perlindungan hukum, telepon seluler, Blackberry, konsumen.

ABSTRACT

Name : Nidyasari Anisa
Study Program : Law
Title : Juridical Analysis of Cellular Phone User Protection
(Case Study Blackberry)

Telecommunications is a need for social human beings. The existence of cell phones increasingly easier for people in telecommunications. The government has set regulations on trade in mobile phones as a condition to be filled by producers and importers of Blackberry before it is circulating in the society. Blackberry as a popular mobile phone today did not escape to the various problems experienced by users. The problems that arise related to the quality standards and after sales service. The number of importers in Indonesia raises vagueness Blackberry for consumers in claims after-sales services associated with product quality standards are not appropriate. In addition, responsibility for the importers who are under the direct RIM affiliations different with the responsibility of importers who are not affiliated directly. Therefore, surveillance for Blackberry in circulation must be increased in order to protect consumer interests Blackberry users.

Keyword: Legal protection, mobile phone, blackberry, consumer

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME HALAMAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Definisi Operasional.....	5
1.5 Metode Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
2. TINJAUAN UMUM HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	15
2.1 Pengertian dan Batasan Hukum Perlindungan Konsumen.....	15
2.2 Asas Hukum Perlindungan Konsumen.....	18
2.3 Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen.....	19
2.4 Pihak-pihak Yang Terkait dalam Hukum Perlindungan Konsumen.....	20
2.4.1 Konsumen.....	20
2.4.2 Pelaku Usaha.....	23
2.4.3 Pemerintah.....	25
2.4.4 Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM).....	28
2.5 Hubungan Hukum antara konsumen dan Pelaku Usaha.....	29
2.5.1 Hak dan Kewajiban Konsumen.....	29
2.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	30
2.6 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Yang Dialami Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	31
2.6.1 Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	34
2.6.2 Tanggung Jawab Produk.....	36
2.6.2.1 Tanggung Jawab Mutlak (<i>Strict Liability</i>).....	39
2.7 Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	42
2.7.1 Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan.....	42
2.7.2 Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan.....	43
2.7.2.1 Gugatan Individu.....	43
2.7.2.2 <i>Class Action</i>	44
2.7.2.3 <i>Legal Standing</i>	45
3. TINJAUAN SINGKAT MENGENAI TELEPON SELULER.....	46
3.1 Industri Perdagangan Telepon Seluler.....	46

3.1.1	Sejarah Masuknya Telepon Seluler ke Indonesia.....	46
3.1.2	Perkembangan Industri Perdagangan Telepon Seluler Indonesia....	47
3.1.3	Pengaruh Undang-Undang Telekomunikasi No. 36 Tahun 1999 terhadap Industri Telepon Seluler Indonesia	49
3.2	Hukum Positif tentang Perdagangan Telepon Seluler.....	51
3.2.1	Izin Usaha Industri.....	54
3.2.2	Nomor Pengenal Importir Khusus.....	55
3.2.3	Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi.....	55
3.2.3.1	Perkembangan Penertiban Sertifikat Peralatan.....	61
3.2.4	Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Garansi.....	62
3.3	Standar Mutu Produk Perangkat Telekomunikasi.....	66
4.	ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGUNA PERANGKAT TELEKOMUNIKASI (STUDI KASUS BLACKBERRY).....	71
4.1	Peredaran Blackberry di Indonesia.....	71
4.1.1	Profil Research In Motion (RIM) selaku produsen Blackberry...	71
4.1.2	Pengertian Blackberry.....	72
4.1.3	Masalah Layanan Purna Jual Blackberry di Indonesia.....	73
4.1.4	Macam-macam Garansi Blackberry di Indonesia	75
4.2	Kasus Posisi.....	76
4.3	Pelanggaran Terhadap Hukum Positif Perdagangan Perangkat Telekomunikasi	79
4.3.1.	Penerapan Proses Uji Kelayakan Barang Beredar di masyarakat Melalui Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi	80
4.3.2	Pelanggaran T-Cell Dalam Ketentuan Layanan Purna Jual Blackberry.....	82
4.4	Bentuk Pertanggungjawaban yang Harus Dilakukan RIM dan/atau Selular dan T-Cell Mengenai Pelanggaran Standar Mutu.....	85
4.4.1	Tanggung Jawab Selular	86
4.4.2	Tanggung Jawab T-Cell.....	88
4.5	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Blackberry Terhadap Pelanggaran Tanggung Jawab Pelaku uUsaha dalam Penyediaan Layanan Purna Jual.....	93
4.6	Sanksi yang Dapat Diberikan Kepada Pelaku Usaha.....	96
5.	PENUTUP.....	98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Saran.....	100

**DAFTAR REFERENSI
LAMPIRAN**

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap orang pada suatu waktu, dalam posisi tunggal maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Konsumen membutuhkan perlindungan hukum mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya jika dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, terlebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.¹ Globalisasi² menyebabkan saling bergantungnya para pelaku ekonomi dunia dan meningkatnya persaingan usaha. Dalam hal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, konsumen akan terkena dampaknya.

Masalah perlindungan konsumen mendasar pada adanya saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen dengan prinsip kesederajatan. Hak-hak konsumen menimbulkan kewajiban bagi pelaku usaha maka pelaku usaha bertanggung jawab terhadap barang-barang yang dibeli dari pelaku usaha. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen menimbulkan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak. Perikatan dimaksud dalam hal ini adalah terjadi hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam bentuk jual beli yang melahirkan hak dan

¹ Celiana Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hal. 5.

² Globalisasi adalah gerakan perluasan pasar, dan di semua pasar yang berdasarkan persaingan akan selalu ada pihak yang menang dan kalah. Perdagangan bebas juga menambah kesenjangan antara negara maju dan pinggiran, yang akan membawa akibat pada komposisi masyarakat dan kondisi kehidupan mereka. Tiadanya perlindungan konsumen adalah sebagian dari gejala negeri yang kalah dalam perdagangan bebas. (Jaques Delor, *The Future of Free Trade In Europe and The World*, (Fordham International Law Journal vol 18, 1995), hal 723 dalam buku Husni Syawali dan Neni Sri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2001), hal 1)

tanggung jawab bagi masing-masing pihak dan apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya akan menimbulkan permasalahan dalam hubungan hukumnya. Persetujuan jual beli sekaligus menimbulkan dua kewajiban yaitu :

1. Kewajiban pihak penjual untuk menyerahkan barang yang akan dijual kepada pembeli.
2. Kewajiban pihak pembeli untuk membayar harga barang yang akan dibeli kepada penjual.

Manusia mempunyai kebutuhan pokok antara lain sandang, pangan dan papan. Seiring dengan berkembangnya masyarakat maka kebutuhan manusia menjadi bertambah yaitu kebutuhan akan berkomunikasi karena pada dasarnya sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup tanpa manusia lainnya. Bahasa merupakan sarana komunikasi agar manusia dapat saling berinteraksi dan saling mengerti dengan manusia lainnya. Berkomunikasi pada awalnya dilakukan dengan cara bertatap muka langsung, namun sekarang berkomunikasi dapat dilakukan dengan alat. Komunikasi lebih mudah dilakukan dan dapat menghemat waktu dan biaya. Komunikasi dapat dilakukan tanpa perlu bertatap muka langsung dengan lawan bicara. Saat ini, jarak bukan merupakan halangan dalam bertelekomunikasi. Maka dari itu teknologi dalam berkomunikasi sangat dibutuhkan manusia dalam kehidupannya.³

Masyarakat Indonesia yang cepat berkembang pemikirannya membutuhkan informasi yang banyak serta membutuhkan info yang lebih dan keingintahuan tentang hal baru sangatlah kuat. Dengan adanya dukungan teknologi informasi, teknologi komputer dan teknologi komunikasi, masyarakat berinteraksi untuk mendapatkan suatu informasi dan pengetahuan yang baru untuk mendukung pekerjaannya sehari-hari. Semuanya berkaitan untuk menjadikan suatu informasi diterima secara cepat dan akurat. Semua teknologi seperti jaringan internet dan telepon genggam dapat mempercepat dan mempermudah bertelekomunikasi.⁴

³ *Ibid.*

⁴Nur Ali, "*Kebutuhan Manusia akan Teknologi*", < <http://muspen.depkominfo.go.id/?p=1319> > , diakses pada 23 Oktober 2010.

Tujuh tahun lalu telekomunikasi Indonesia memasuki sejarah baru. Lewat Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, sektor ini resmi menanggalkan *privilege* monopolinya untuk segera bertransisi ke era kompetisi. Kompetitor baru pun diundang masuk menjadi pelaku usaha di sektor ini. Banyak kalangan berlega hati menyambut lahirnya undang-undang telekomunikasi tersebut.⁵ Pada akhirnya banyak sektor swasta dan asing yang menanamkan investasi di Indonesia pada bidang telekomunikasi. Hal ini tentunya berdampak baik untuk perekonomian dan pembangunan nasional, namun jika tidak dibentuk aturan hukum yang tegas maka konsumenlah yang akan menjadi korban dari kompetisi para pelaku usaha ini.

Hal ini mendorong berbagai produsen telepon selular berlomba-lomba bersaing memproduksi alat telekomunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Banyak hal yang harus diperhatikan ketika sebuah produsen telepon selular akhirnya memutuskan untuk memasarkan produknya di tengah masyarakat. Banyak aturan hukum yang harus dipenuhi yaitu berkaitan mulai dari standar produk, uji kelayakan, sertifikasi hingga masalah kepentingan konsumen seperti tersedianya layanan purna jual, garansi, buku petunjuk dalam bahasa Indonesia, dan lain-lain.

Perkembangan teknologi komunikasi juga berkaitan dengan peradaban umat manusia sebagaimana manusia akan terus berkembang dan menyesuaikan dirinya dengan keadaan yang dibutuhkan saat ini. Kemajuan teknologi, kebutuhan masyarakat modern dan perekonomian dunia yang bersifat lintas sektoral dan interdisipliner telah membawa perusahaan RIM (*Research In Motion*) asal Kanada mengimport produknya ke Indonesia. Produk yang dihasilkan berupa perangkat telekomunikasi bermerk Blackberry dengan berbagai macam tipe.

⁵“Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia” , <http://id.wikipedia.org/wiki/Badan_Regulasi_Telekomunikasi_Indonesia >, diakses pada tanggal 12 April 2009.

Selama empat tahun peredarannya di Indonesia, Blackberry telah menembus 11,2 juta pengguna.⁶ Blackberry dinilai sebagai bagian dari gaya hidup modern kota-kota besar seperti Jakarta. Hal ini disebabkan antara lain oleh cepatnya kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat akan alat komunikasi yang menunjang ritme hidup mereka yang cepat. Maraknya peredaran Blackberry juga ditunjang oleh kebutuhan pasar di Indonesia yang besar. RIM sangat jeli melihat pangsa pasar karena Blackberry diterima dengan sangat baik di Indonesia dan di masa mendatang dapat dipastikan akan lebih banyak lagi masyarakat yang menggunakan Blackberry jika dilihat dari perkembangan saat ini.

Informasi dari RIM selaku produsen perangkat telekomunikasi BlackBerry menyatakan bahwa pertumbuhan penggunaan layanan tersebut di Indonesia merupakan yang tertinggi di antara negara-negara lain di kawasan Asia Pasifik. Saat ini saja diperkirakan ada sekitar tiga ratus ribu lebih pengguna layanan BlackBerry dari tiga operator yang menyediakan layanannya di Indonesia, yaitu Indosat, Telkomsel, serta Excelcomindo Pratama (XL). Saat ini jumlah pelaku usaha yang mengedarkan Blackberry berkembang pesat jumlahnya seiring dengan banyaknya jumlah pengguna. Jumlah tersebut sangat mencengangkan mengingat harga perangkat ini relatif lebih mahal dibandingkan dengan perangkat seluler lainnya.

Pengguna yang masih awam rata-rata berpikiran bahwa pemakaian layanan BlackBerry dianggap sama dengan menggunakan layanan telepon biasa. Peningkatan penggunaan BlackBerry yang sangat pesat, dan tidak diimbangi dengan pemahaman yang cukup dari pengguna mengenai layanan BlackBerry itu sendiri. Untuk mengantisipasi dan meminimalkan kemungkinan munculnya kasus BlackBerry yang bermasalah tentunya dituntut peran serta antara pengguna dengan para importir Blackberry, termasuk dengan RIM selaku produsen perangkat BlackBerry dan juga

⁶Stefanus Yugo Hindarto, "Android Bakal Salip Blackberry", <<http://techno.okezone.com/read/2010/08/05/57/36016/android-bakal-salip-blackberry-di-indonesia>>, diakses pada 20 Oktober 2010.

peran pemerintah.⁷ Dari awal beredar, Blackberry memang telah melanggar ketentuan UUPK dan berbagai ketentuan lainnya mengenai layanan purna jual karena RIM selaku produsen belum mendirikan layanan purna jual di Indonesia namun tetap dapat beredar. RIM pada akhirnya mendirikan layanan purna jualnya pada bulan Agustus 2009 lalu setelah mendapat kecaman dari Depkominfo.

Lingkungan aktivitas bisnis yang fair dan memenuhi asas keseimbangan kepentingan setiap pihak merupakan tahap yang ingin dicapai oleh para pihak terkait di dalam hubungan perekonomian yaitu pelaku usaha, konsumen dan pemerintah termasuk Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Oleh karena itu peranan pengawasan terhadap barang dan jasa yang beredar yang tidak sesuai dengan ketentuan atau merugikan konsumen hendaknya juga dibantu oleh masyarakat sendiri, di samping lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, dan aparat pemerintahan di daerah

Dari berbagai forum di media massa cetak dan internet, terdapat berbagai keluhan dari para pengguna blackberry yang merasa dirugikan terutama mengenai pelayanan purna jual (*after sales service*). Banyak masalah yang timbul ketika pengguna ingin mengklaim garansi terhadap perangkat Blackberry-nya yang rusak. Hal ini juga berkaitan juga dengan masalah banyaknya perangkat Blackberry *blackmarket* yang beredar di pasaran dengan kondisi yang tidak bagus yaitu tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan untuk sebuah perangkat telekomunikasi namun menawarkan harga yang murah dengan garansi yang seadanya.

Sampai saat ini para pengguna Blackberry masih banyak yang merasa was-was akan jaminan garansi perangkat Blackberry. Beberapa konsumen banyak yang ditolak klaim garansinya oleh para distributor. Banyaknya importir yang menjual perangkat ini menyebabkan banyaknya pula layanan purna jual yang ditawarkan. Masing-masing importir memiliki layanan purna jualnya sendiri. Kejadian-kejadian seperti inilah yang harus ditanggulangi oleh para pihak terkait. Masalah sertifikasi

⁷Chip Team,, *Pertumbuhan Blackberry di Indonesia*, <<http://chip.co.id/articles/gadget/2009/10/27/pertumbuhan-blackberry-di-indonesia/>>, diakses pada 28 September 2010.

perangkat telekomunikasi juga menjadi masalah besar di Indonesia, banyak konsumen yang tidak mengetahui apakah perangkat tersebut telah memperoleh sertifikasi atau belum namun perangkat tersebut tetap saja beredar di pasaran.

Banyaknya berbagai macam telepon seluler yang ada tentunya harus diikuti dengan adanya regulasi yang dibuat pemerintah untuk melindungi kepentingan masyarakat. Pemerintah mendukung perlindungan terhadap konsumen dengan menyiapkan perangkat hukum nasional di bidang standardisasi salah satunya dengan adanya Peraturan Pemerintah No. 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional yang menggantikan Peraturan Pemerintah No. 15 Tahun 1991 tentang Standar Nasional Indonesia. Standardisasi Nasional tersebut bertujuan untuk meningkatkan perlindungan kepada konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja, dan masyarakat lainnya. Selain itu juga ada regulasi lainnya seperti Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 29 /Per/M.Kominfo/ 09/2008 Tentang Sertifikasi Alat Dan Perangkat Telekomunikasi, dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Garansi dan Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Elektronik dan Informatika dan Standar Nasional Indonesia 7229:2007 mengenai ketentuan Pelayanan Purna Jual.

Keberadaan Departemen Komunikasi dan Telekomunikasi (Depkominfo) dan Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi (Ditjen Postel) juga sangat berperan dalam perlindungan konsumen pengguna perangkat telekomunikasi yang beredar di Indonesia. Selain itu juga ada pengawas independen yang dibentuk oleh pemerintah untuk mengawasi berbagai hal mengenai telekomunikasi yang disebut Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI). BRTI yang sudah terbentuk ini diharapkan dapat bekerja maksimal sehingga dapat memacu perkembangan industri telekomunikasi lewat iklim kompetisi, meningkatkan efisiensi dan memproteksi kepentingan publik secara *de facto* dan *de jure*. Ketika suatu bangsa memasuki tahapan negara kesejahteraan, tuntutan terhadap intervensi pemerintah melalui

pembentukan hukum yang melindungi pihak lemah sangatlah kuat.⁸ Di Indonesia polemik tentang perlu tidaknya intervensi pemerintah di bidang perlindungan konsumen juga sangat dirasakan. Berdasarkan prinsip pembangunan yang antara lain menyatakan bahwa pembangunan dilaksanakan bersama oleh pemerintah dan karena itu menjadi tanggung jawab bersama pula, maka melalui pengaturan dan pengendalian oleh pemerintah, tujuan pembangunan nasional dapat dicapai dengan baik.⁹

Atas dasar latar belakang pemikiran tersebut maka penulis berpendapat bahwa seharusnya hak-hak konsumen harus dilindungi, harus ada yang memberikan konsumen jaminan kepastian hukum. Para konsumen pengguna telepon seluler dapat dikatakan sebagai konsumen terbesar karena hampir setiap orang memiliki telepon seluler. Secara lebih khusus, penulis akan membahas mengenai pengguna telepon seluler Blackberry. Pengguna perangkat telekomunikasi Blackberry adalah salah satu dari banyaknya konsumen yang perlu perlindungan hukum. Memakai Blackberry tidaklah semudah seperti menggunakan perangkat telekomunikasi merk lainnya. Banyaknya keluhan dari pengguna membuat pemerintah mempunyai kepentingan yang besar untuk menindaklanjuti masalah tersebut. Kasus yang akan penulis bahas adalah kasus pengguna Blackberry bernama Malla dan Dwi yang perangkatnya mengalami kerusakan tidak lama setelah pembelian dan susahny mengajukan klaim garansi kepada pelayanan purna jualnya. Oleh karena itu penulis ingin membahas lebih lanjut mengenai masalah ini.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁸ Erman Rajagukguk, *“Peran Hukum di Indonesia: Menjaga Persatuan, memulihkan Ekonomi dan Memperluas Kesejahteraan Sosial.”* Pidato Yang Disampaikan Dalam Rangka Dies Natalis dan Peringatan Tahun Emas Universitas Indonesia.

⁹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung:PT.Citra Aditya Bakti, 2006), hal.23.

1. Bagaimana pengaturan tentang peredaran perangkat telekomunikasi di Indonesia?
2. Siapakah yang melakukan pengawasan pelaksanaan terhadap peredaran perangkat telekomunikasi di Indonesia?
3. Bagaimana perlindungan hukum bagi pengguna perangkat telekomunikasi khususnya Blackberry ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Telekomunikasi?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan umum dari penelitian ini adalah guna mengkaji secara yuridis dalam hal perlindungan pengguna perangkat telekomunikasi Blackberry untuk mempertahankan hak-haknya sebagai konsumen perangkat telekomunikasi umum.

Sementara itu, tujuan khusus dari penelitian ini ditujukan untuk:

1. Mengetahui pengaturan hukum terhadap perangkat telekomunikasi umum yang beredar di Indonesia;
2. Mengetahui pihak mana yang berwenang dan berkewajiban untuk melakukan pengawasan terhadap beredarnya perangkat telekomunikasi di Indonesia;
3. Mengetahui apakah perangkat telekomunikasi Blackberry telah memenuhi semua peraturan hukum peredaran perangkat telekomunikasi di Indonesia.

1.4 Definisi Operasional

Dalam upaya untuk mendapatkan pemahaman yang baik dan untuk menghindari interpretasi yang berbeda, maka akan dijelaskan pengertian dari berbagai istilah yang sering digunakan dalam skripsi ini. Definisi yang diungkapkan ini merupakan patokan baku dalam skripsi ini. Adapun definisi operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁰
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹¹ Pengertian konsumen dalam bidang jasa telekomunikasi adalah meliputi pelanggan, pemakai dan pengguna.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹²
4. Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui system kawat, optic, radio, atau system elektromagnetik lainnya.¹³
5. Perangkat telekomunikasi adalah sekelompok alat telekomunikasi yang memungkinkan bertelekomunikasi.¹⁴
6. Pengguna adalah pelanggan dan pemakai.¹⁵
7. Petunjuk penggunaan (Manual) adalah petunjuk atau cara menggunakan produk teknologi informasi dan atau elektronika.¹⁶

¹⁰ Indonesia (a), *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN No.42 tahun 1999, TLN No. 3821, ps. 1 angka 1.

¹¹ *Ibid.*, Pasal 1 angka 2.

¹² *Ibid.*, Pasal 1 angka 3.

¹³ Indonesia (b), *Undang-Undang Telekomunikasi*, UU No. 36 Tahun 1999, LN No. 154 tahun 1999, Pasal 1 angka 1.

¹⁴ *Ibid.*, Pasal 1 angka 3.

¹⁵ *Ibid.*, Pasal 1 angka 11.

8. Kartu Jaminan/Garansi adalah kartu yang menyatakan tersedianya pelayanan purnajual dan suku cadang produk teknologi informasi dan elektronika.¹⁷
9. Standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan, disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat kesehatan, keselamatan, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya¹⁸

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang digunakan di dalam skripsi ini menggunakan penelitian hukum dengan metode pendekatan yuridis normatif yang bersifat deskriptif dan preskriptif analitis, yaitu dengan menelaah dan mengkaji ketentuan-ketentuan perundang-undangan, terutama Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan lainnya di bidang perangkat telekomunikasi yang berhubungan dengan peredaran dan peredaran perangkat telekomunikasi Blackberry.

1.4.2 Data Yang Digunakan

Data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat¹⁹, yang terdiri atas:
 - a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer);

¹⁶ Indonesia (c), *Peraturan Menteri Perdagangan tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/ Garansi Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Telematika dan Elektronika*, Permendag Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009, Pasal 1 angka 7.

¹⁷ *Ibid*, Pasal 1 angka 8.

¹⁸ Indonesia (d), *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Tentang Standardisasi dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia*, Kepmen Nomor 753/MPP/Kep/11/2002, Pasal 1 angka 2.

¹⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, cet. 3, (Jakarta: Rajawali Pers, 1990), hal. 14.

- b. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ;
 - c. Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 154, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3881);
 - d. Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional (Lembaran Negara tahun 2000 Nomor 199, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4020);
 - e. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 753/MPP/Kep/11/2002 Tentang Standardisasi dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia
 - f. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 29/PER/M.KOMINFO/9/2008 tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi (pengganti Peraturan Menteri Perhubungan No. KM 10 Tahun 2005 tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telerkomunikasi);
 - g. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 mengenai Penerbitan surat Izin Usaha Perdagangan;
 - h. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa;
 - i. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/ Garansi Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Telematika dan Elektronika;
 - j. Standar Nasional Indonesia No. 7229 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum Pelayanan Purna Jual (SNI 7229:2007).
2. Bahan hukum sekunder, yaitu berupa bahan-bahan yang memberikan atau hal-hal yang berkaitan dengan isi sumber primer serta implementasinya²⁰, yang terdiri atas:

²⁰ *Ibid.*, hal. 15.

- a. Buku-buku yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- b. Buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan pengaturan perangkat telekomunikasi; dan
- c. Artikel-artikel yang berkaitan dengan permasalahan pada skripsi ini.

1.4.3 Pengolahan Data

Dalam melakukan kajian terhadap permasalahan di atas, Penulis akan melakukan kajian dari segi ilmu hukum. Dalam penelitian ini kajian ilmu hukum yang akan digunakan Penulis adalah kajian ilmu hukum normatif dikarenakan bahan penelitian yang digunakan penulis adalah bahan-bahan hukum. Pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah melalui studi kepustakaan yang dilakukan di perpustakaan perguruan tinggi dan instansi pemerintah, yaitu Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Perpustakaan Umum Universitas Indonesia, dan Perpustakaan Umum Nasional. Studi kepustakaan juga diperoleh dari dokumen-dokumen dan internet mengenai bidang hukum perlindungan konsumen dan pengaturan mengenai peredaran telekomunikasi. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan perwakilan di Departemen Komunikasi dan Informatika.

Metode pengolahan data yang digunakan penulis adalah analisis data kualitatif yang merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu apa yang dinyatakan sasaran penelitian yang bersangkutan secara tertulis, lisan, dan sesuai dengan kenyataan.²¹ Dalam hal ini yang diteliti dan dipelajari adalah objek penelitian yang utuh, yaitu kasus pelanggaran mengenai adanya dugaan pelanggaran layanan purna jual Blackberry oleh importir di Indonesia dikaitkan dengan hukum perlindungan konsumen. Nilai ilmiah suatu pembahasan dan pemecahan terhadap permasalahan hukum yang diteliti sangat tergantung pada cara pendekatan yang digunakan. Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

²¹ Sri Mamudji, *et al.*, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum* (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hal. 67.

1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statue Approach*)²²

Suatu penelitian normatif tentunya harus menggunakan pendekatan perundang-undangan karena yang akan diteliti adalah berbagai aturan hukum yang menjadi fokus sekaligus tema sentral suatu penelitian. Melalui pendekatan ini, penulis mempergunakan peraturan-peraturan terkait mengenai objek penelitian.

2. Pendekatan kasus (*Case Approach*)²³

Pendekatan kasus bertujuan untuk mempelajari penerapan norma-norma atau kaidah hukum yang dilakukan dalam praktik hukum. Kasus dalam penelitian ini bukan merupakan kasus perkara hukum melainkan merupakan kasus pengaduan konsumen yang diperoleh melalui internet.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan pembahasan di dalam skripsi ini, maka penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab sebagai berikut:

Bab I adalah bagian pendahuluan yang akan menjelaskan secara garis besar, latar belakang, pokok permasalahan, tujuan penulisan, definisi operasional, metode penelitian yang digunakan, serta uraian mengenai sistematika penulisan skripsi ini.

Bab II akan membahas tentang pengertian dan batasan hukum perlindungan konsumen, asas hukum perlindungan konsumen, tujuan hukum perlindungan konsumen, pihak-pihak yang terkait dalam hukum perlindungan konsumen, dasar hukum perlindungan konsumen, hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha yang terdiri dari hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha secara umum dan hubungan hukum, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, dan

²² Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Banyumedia), hal.302. Analisis hukum yang dihasilkan oleh suatu penelitian hukum normatif yang menggunakan *statue approach* akan lebih akurat bila dibantu dengan satu atau lebih pendekatan lain yang cocok guna memperkaya pertimbangan-pertimbangan hukum yang tepat untuk menghadapi masalah hukum yang dihadapi.

²³ *Ibid*, hal 310.

tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Bab III akan membahas mengenai peraturan hukum terhadap peredaran perangkat telekomunikasi di Indonesia. Di sini akan dibahas mengenai apa saja yang harus dipenuhi ketika perangkat telekomunikasi akan beredar di pasaran. Penulis juga akan membahas tinjauan mengenai sertifikasi perangkat telekomunikasi di Indonesia. Selain itu juga akan dibahas mengenai upaya penyelesaian sengketa konsumen dalam praktik perdagangan perangkat telekomunikasi di luar pengadilan dan juga melalui pengadilan yang meliputi gugatan individu, *class action*, dan *legal standing*.

Bab IV akan menganalisis mengenai pelanggaran kasus standar mutu produk Blackberry dan juga pelayanan purna jualnya. Kasus diperoleh dari surat pembaca di media elektronik. Penjabaran Profil RIM selaku produsen dan penjelasan mengenai apa itu blackberry. Selain itu akan dibahas mengenai perlindungan hukum bagi pengguna Blackberry serta pertanggungjawaban RIM dan para distributor sebagai pelaku usaha yang harus diberikan kepada para konsumennya. Serta hukum positif apa saja yang dilanggar oleh RIM dan distributor dan sanksi hukum apa yang dapat dikenakan.

Bab V merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang menjelaskan secara singkat dengan memaparkan kesimpulan-kesimpulan berdasarkan pembahasan dari bab-bab sebelumnya beserta saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis.

BAB 2

TINJAUAN UMUM HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

2.1 Pengertian dan Batasan Hukum Perlindungan Konsumen

Istilah hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen sering terdengar di berbagai literatur. Dari segi istilah, ditemukan dua istilah mengenai hukum yang mempersoalkan konsumen, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Kedua istilah ini seringkali menjadi rancu satu sama lain karena ada kemiripan di sana. Walaupun kedua istilah ini seringkali disamaartikan, namun ada pula yang membedakannya dengan mengatakan bahwa baik mengenai substansi maupun mengenai penekanan luas lingkungannya adalah berbeda satu sama lain.²⁴ Sekalipun demikian, secara umum sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen itu seperti yang dinyatakan oleh Lowe yaitu “ *...rules of laws which recognize the bargaining weakness of the individual consumer and which ensure that weakness is not unfairly exploited.*”²⁵

Menurut A.Z. Nasution, hukum perlindungan konsumen berbeda dengan hukum konsumen. Hukum konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaedah-kaedah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara konsumen dan pelaku usaha dalam bermasyarakat.²⁶ Sedangkan yang dimaksud dengan hukum perlindungan konsumen adalah asas-asas dan kaedah-kaedah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah antara konsumen dan pelaku usaha dalam bermasyarakat.²⁷

²⁴ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen “Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk”*, (Jakarta : Panta Rei, 2005), hal.30.

²⁵ R. Lowe, *Commercial Law*, ed. 6 (London: Sweet&Maxwell, 1983), hal. 23 dalam Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal.9.

²⁶ Az. Nasution (a), *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. 2, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hal.22.

²⁷ *Ibid.*

Dalam mengatasi masalah perlindungan konsumen, tetap digunakan hukum umum. Penggunaan hukum umum untuk mengatasi masalah perlindungan konsumen memiliki segi-segi positif maupun negatif. Segi positifnya adalah:

1. Dapat ditanggulangi hubungan-hubungan hukum dan masalah-masalah yang berkaitan dengan konsumen dan penyedia produk konsumen
2. Berarti kedudukan konsumen dan penyedia produk konsumen adalah sama di depan hukum.²⁸

Sedangkan segi negatifnya adalah:

1. Pengertian dan istilah yang digunakan di dalam peraturan perundang-undangan yang ada tidak selalu sesuai dengan kebutuhan konsumen dan perlindungan konsumen;
2. Kedudukan hukum yang sama antara konsumen dan penyedia produk konsumen (pengusaha) menjadi tidak berarti apa-apa, karena posisi konsumen tidak seimbang, lemah dalam pendidikan, ekonomis, dan daya tawar, dibandingkan dengan pengusaha penyedia produk konsumen;
3. Prosedur dan biaya pencarian keadilannya belum mudah, cepat dan biaya murah sebagaimana dikehendaki perundang-undangan yang berlaku.²⁹

Menurut Mochtar Kusumaatmaja, hukum konsumen diartikan sebagai berikut: “ Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/ atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.”³⁰

Sedangkan Hukum Perlindungan Konsumen adalah:

²⁸ Az. Nasution (a), hal. 23

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Tim Penelitian Di bawah Pimpinan Ibrahim Idham, “*Laporan akhir Penelitian Terhadap Konsumen Atas Kelalaian Produsen*”, Badan Pembinaan Hukum Nasional, departemen Kehakiman, 1992, hal.1.

“ Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/ atau jasa konsumen”.³¹

Ada beberapa aspek yang melatarbelakangi pembentukan Undang-Undang perlindungan Konsumen di Indonesia. Dari aspek sistem politik, pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia tidak terlepas dari iklim politik yang semakin demokratis. Memasuki era reformasi, yang juga ditandai dengan pergantian pimpinan Negara dari Soeharto ke B.J. Habibie, tuntutan terhadap kehidupan yang lebih demokratis mulai diperjuangkan, dan bersamaan dengan itu upaya untuk mewujudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen semakin kuat.³²

Cukup banyak yang berpendapat bahwa perjuangan untuk membentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimulai ketika suatu lembaga Perlindungan Konsumen terbentuk yaitu Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.³³ Dukungan iklim politik yang lebih demokratis, tidak saja dalam arti keberanian Pemerintah untuk mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang berorientasi kepada kepentingan konsumen, tetapi juga ditandai dengan keberanian Dewan Perwakilan Rakyat menggunakan hak inisiatif mengajukan Rancangan, suatu hak yang sebelumnya tidak pernah digunakan dalam kepemimpinannya Soeharto. Dalam bidang politik, Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat kemudian mengeluarkan Undang-Undang Nomor 3 tahun 1999 tentang Partai Politik yang membawa perubahan baru dalam kehidupan politik di Indonesia dengan menerapkan sistem multi partai. Sebagai hasilnya Pemilihan Umum pada tahun 1999 diikuti oleh 48 Partai dan sebanyak 21 partai politik berhasil memperoleh kursi di Dewan perwakilan rakyat republik Indonesia untuk periode 1999-2004.

³¹ *Ibid.*

³² Inosentius samsul, *Perlindungan Konsumen:Kemungkinan Penerapan tanggung Jawab Mutlak*,(Jakarta: FHUI Pasca Sarjana,2004), hal.127.

³³ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta:Grasindo,2000), hal.40

Dengan lahirnya Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia yang selama ini dianggap kurang diperhatikan, dapat menjadi lebih diperhatikan. Karena posisi konsumen yang lemah, ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Jadi, sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.³⁴

2.2 Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Tinjauan pada hukum positif Indonesia menunjukkan bahwa hukum konsumen, yaitu rangkaian peraturan perundang-undangan yang memuat asas dan kaidah yang berkaitan dengan hubungan dan masalah konsumen, tersebar di dalam berbagai lingkungan hukum antara lain lingkungan hukum perdata, hukum pidana, hukum acara, hukum administrasi, dalam berbagai konvensi internasional dan lain-lain.³⁵

Yang merupakan asas dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:³⁶

1. Untuk mendapatkan keadilan
2. Untuk mencapai asas manfaat
3. Untuk mencapai asas keseimbangan
4. Untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan konsumen
5. Untuk mendapatkan kepastian hukum

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dalam bukunya *Hukum Perlindungan Konsumen* juga menyebutkan bahwa kelima asas tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:

³⁴ Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hal. 18.

³⁵ Az. Nasution (a), *op.cit.*, hal. 36.

³⁶ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008), hal. 227.

1. Asas Kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen.
2. Asas Keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
3. Asas Kepastian Hukum.³⁷

2.3 Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Hal ini disebutkan didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di dalam pasal 3, yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksek negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum dan keterbukaan informasi sarta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/ atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/ atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Tujuan dari pasal 3 ini merupakan implementasi dari pasal 2 UUPK mengenai pembangunan nasional. Dengan sasaran akhirnya adalah perlindungan konsumen secara menyeluruh. Jadi dengan terlindunginya kepentingan konsumen di Negara ini menunjukkan adanya suatu pembangunan nasional.

³⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi 1, Cet-2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 26.

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya;
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

2.4 Pihak-pihak yang Terkait dengan Hukum Perlindungan Konsumen

2.4.1 Konsumen

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer*. Dalam bahasa Belanda istilah konsumen disebut dengan *consument*. Konsumen secara harfiah adalah “orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembtuh.”³⁸

Pengertian konsumen menurut Black’s Law Dictionary:

“One who consumes. Individuals who purchase, use, maintain, and dispose of product and service. A member of that broad class of people who are affected by pricing policies, financing practices, quality of goods and service, credit reporting, debt collection, other trade practices for which state and federal consumer protection laws are enacted. Consumers are to be distinguished

³⁸ N. H. T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, cet. 1, (Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005), hal. 23.

*from manufacturers (who sell goods), and wholesalers or retailers (who sell goods).*³⁹

Setelah itu disebutkan juga bahwa:

*“A buyer (other than for purpose of resale) of any customer product, any person to whom such product is transferred during the duration of an implied or written warranty (or service contract) applicable to the product, and any other person who is entitled by the terms such warranty (or service contract) or under applicable state law to enforce against the warrantor (or service contractor) the obligation of the warranty (or service contract).*⁴⁰

Pengertian konsumen antara Negara yang satu dengan yang lainnya tidak sama. Berikut pengertian konsumen di beberapa Negara:⁴¹

1. Di Spanyol, konsumen diartikan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Dan yang menarik, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli, sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli. Namun, pada Kitab Undang-undang Hukum Perdata buku VI pasal 236, konsumen dinyatakan sebagai orang alamiah. Maksudnya, ketika mengadakan perjanjian ia tidak bertindak selaku orang yang menjalankan profesi perusahaan.
2. Di Belanda, Hondius, seorang pakar masalah konsumen menyimpulkan bahwa para ahli hukum umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai terakhir dari benda dan jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu Hondius ingin membedakan antara konsumen

³⁹ Henry Campell, *Black's Law Dictionary*, fifth edition, (United States: West publishing co.,1979), page 286.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hal. 8.

bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dengan konsumen pemakai terakhir.

3. Di Perancis, berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai, “*the person who obtains good or services for personal and family purposes*”. Dari definisi itu terkandung dua unsur, yaitu: pertama, konsumen hanya dua orang; dan kedua, barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya. Meskipun demikian, makna kata ‘memperoleh’ (*to obtain*) masih kabur, apakah maknanya hanya melalui hubungan jual beli ataukah lebih luas dari itu.
4. Di Australia, dalam *Trade Practices Act 1974*, Konsumen diartikan sebagai “Seseorang yang memperoleh barang atau jasa tertentu dengan persyaratan harganya tidak melewati 40.000 dollar Australia. Artinya, sejauh tidak melewati jumlah uang di atas, tujuan pembelian barang atau jasa tersebut tidak dipersoalkan.
5. Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produk yang cacat” yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pembeli.
6. Sedangkan di Eropa, pengertian konsumen bersumber dari *Product Liability Directive* (selanjutnya disebut *Directive*) sebagai pedoman bagi Negara MEE dalam menyusun ketentuan hukum perlindungan konsumen. Berdasarkan *directive* tersebut yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.

Hal lain yang perlu dikemukakan dalam pengertian konsumen ini adalah syarat “tidak untuk diperdagangkan” yang menunjukkan sebagai “konsumen akhir” (*end consumer*), dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/intermediate consumer*). Dalam kedudukan *derived/intermediate consumer*, yang bersangkutan tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan UUPK,

sebaliknya seorang pemenang undian atau hadiah seperti nasabah bank, walaupun setelah menerima hadiah undian (hadiah) kemudian yang bersangkutan menjual kembali, kedudukannya tetap sebagai konsumen akhir (*end consumer*), karena perbuatan menjual yang dilakukannya bukanlah dalam kedudukan sebagai *professional seller*. Ia tidak dapat dituntut sebagai pelaku usaha menurut UUPK, sebaliknya ia dapat menuntut pelaku usaha bila hadiah yang diperolehnya ternyata mengandung suatu cacat yang merugikan baginya.⁴²

Cakupan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sempit. Yang dapat dikualifikasi sebagai konsumen sesungguhnya tidak hanya terbatas pada subjek hukum yang disebut 'orang', tetapi masih ada subjek hukum lain yang dapat juga disebut sebagai konsumen akhir yaitu 'badan hukum' yang mengonsumsi barang dan/atau jasa yang tidak untuk diperdagangkan. Di dalam penjelasan UUPK disebutkan bahwa terdapat dua konsumen di dalam kepustakaan ekonomi yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari suatu proses produksi suatu produk lainnya, dan pengertian konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir.

2.4.2 Pelaku Usaha

Di dalam UUPK Pasal 1 angka 3 disebutkan bahwa "*Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.*"⁴³

Lalu, penjelasan Pasal 1 angka 3 disebutkan bahwa "pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, koporasi, BUMN, koperasi,

⁴² *Ibid.*

⁴³ Indonesia (a), Psl. 1 angka 3.

importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.” Kemudian ada pendapat dari Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) yang menyebutkan tiga kelompok pengusaha (pelaku usaha, baik privat maupun publik). Ketiga kelompok pelaku usaha tersebut terdiri atas:

1. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha. Seperti perbankan, dan lain sebagainya;
2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang dan jasa lain (bahan baku, bahan tambahan atau bahan-bahan lainnya), seperti badan usaha/ perorangan yang berkaitan dengan pangan, sandang, obat-obatan dan lain sebagainya;
3. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang retail, toko, supermarket, pedagang kaki lima dan lain sebagainya.⁴⁴

Dalam pengertian pelaku usaha ini tidak disebutkan adanya eksportir atau pelaku usaha di luar negeri. Hal ini terjadi karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum hanya yang ada dan didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia.⁴⁵

Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian. Di Eropa, dikenal adanya *Product Liability Directive 85/374/EEC*, yang mana merupakan pedoman bagi Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) dalam menyusun ketentuan hukum perlindungan konsumen.⁴⁶

Dalam pasal 3 *Product Liability Directive* ditentukan bahwa:

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nama,

⁴⁴ Az. Nasution (b), *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat UU No.8 Tahun 1999-LN 1999 No.42*, makalah yang diberikan di Jakarta, tanggal 17 Maret 2003, hal. 7.

⁴⁵ Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi 1, Cet-2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), Hal. 9.

⁴⁶ *Ibid.*, hal. 7.

mereknya atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen;

2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk *leasing*, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam Masyarakat Eropa, akan dipandang sebagai produsen dalam arti *Directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen.
3. Dalam hal produsen suatu produk tidak dikenal identitasnya, maka setiap *leveransir/supplier* akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama akan berlaku dalam kasus barang/produk yang diimpor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importir sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (2), sekalipun nama produsen dicantumkan.⁴⁷

2.4.3 Pemerintah

Hukum Perlindungan Konsumen mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna menyejahterakan masyarakat tidak hanya konsumen saja tetapi juga pelaku usaha. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi dan mengontrol sehingga tercipta system yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan menyejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai. Pemerintah diwakili oleh badan, instansi atau lembaga yang telah mempunyai wewenang, antara lain:

⁴⁷ *Ibid.*, hal. 9-10.

- a. **Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM)**
Badan Pengawasan Obat dan Makanan yang bertugas melakukan regulasi, standardisasi dan sertifikasi terhadap produk obat dan bahan makanan yang akan dikonsumsi oleh konsumen.⁴⁸
- b. **Departemen Perdagangan**
Departemen perdagangan bertugas untuk memberikan izin bagi peredaran dan atau penjualan barang yang diproduksi di dalam negeri maupun barang impor.⁴⁹
- c. **Departemen Dalam Negeri**
Departemen Dalam Negeri bertugas untuk mengantisipasi dan menginstruksikan aparat bawahannya yang ada di daerah-daerah untuk segera mengadakan penarikan terhadap barang dan atau jasa yang dianggap tidak layak untuk beredar.⁵⁰
- d. **Polisi Republik Indonesia (POLRI)**
Polisi bertugas untuk melibatkan diri pada setiap penyimpangan yang dilakukan oleh pengusaha yang mengganggu terhadap ketertiban masyarakat.⁵¹

Adanya keterlibatan pemerintah dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen berdasarkan ketentuan Pasal 29 UUPK, didasarkan pada kepentingan yang diamanatkan oleh Pembukaan UUD 1945 bahwa kehadiran negara antara lain untuk menyejahterakan rakyat.⁵²

⁴⁸ “Pemerintah Perkuat koordinasi Perlindungan Konsumen”, <www.indonesia.go.id>, diakses pada tanggal 28 Desember 2008.

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*

⁵² Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *op. cit.*, hal. 180.

Pemerintah bertugas menyelenggarakan perlindungan konsumen dan melaksanakan pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen guna menjamin diperolehnya hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha serta dapat membentuk peraturan perundang-undangan yang terkait dengan usaha untuk melindungi kepentingan konsumen.⁵³ Adanya tanggung jawab pemerintah dalam hal pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen tidak lain dimaksudkan untuk memberdayakan konsumen memperoleh haknya.⁵⁴

Berkenaan dengan hal pengawasan, dalam Pasal 30 UUPK pemerintah disertai tugas melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya. Dihubungkan dengan penjelasan ayat (3) UUPK yang menentukan bahwa pengawasan dilakukan dengan cara penelitian, pengujian, dan/ atau survei, terhadap aspek yang meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang, pemasangan label, pengiklanan dan lain-lain.⁵⁵

Wewenang pemerintah menyelenggarakan pembinaan berupaya untuk terciptanya iklim usaha dan hubungan yang sehat antara konsumen dan pelaku usaha, berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan penelitian serta pengembangan perlindungan konsumen.⁵⁶

Dalam berbagai hubungan hukum yang terjadi, termasuk pula peran yang dijalankan pemerintah sebagai pemegang kewenangan publik, berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Kekuasaan publik yang dijalankan oleh alat-alat negara berdasarkan hukum yang berlaku tidak lain dimaksudkan untuk menyerasikan hubungan-hubungan hukum dan/atau masalah di antara pengusaha/pelaku usaha dan konsumen.

⁵³ Az. Nasution, "Laporan Perjalanan ke Daerah-daerah Dalam Rangka Pengembangan Perlindungan Konsumen", hal.6

⁵⁴ *Ibid.* hal. 181.

⁵⁵ *Ibid.* hal. 187

⁵⁶ Indonesia (a), *op. Cit.*, Pasal 29 ayat (4) huruf a, b, c.

2.4.4 Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Kian ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar melalui bermacam-macam produk barang diperlukan suatu instansi yang memantau secara serius pelaku usaha/penjual yang hanya mengejar profit semata dengan mengabaikan kualitas produk barang.⁵⁷

Pada Pasal 1 angka 9 UUPK yang dimaksud dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (yang selanjutnya disebut LPKSM) adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Lembaga ini dibentuk untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen serta menunjukkan bahwa perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.⁵⁸ Ada hal yang kontradiksi dalam pengertian LPKSM menurut Pasal 1 angka 9 UUPK. Di satu sisi dikatakan bahwa LPKSM merupakan lembaga non pemerintah, namun di sisi lain, ada keharusan untuk pendaftaran serta pengakuan dari pemerintah terhadap LPKSM tersebut. Hal ini menimbulkan kesan bahwa Lembaga Swadaya Masyarakat merupakan produk pemerintah atau yang oleh Santoso disebut dengan istilah “LSM Pelat Merah”.⁵⁹

2.5 Hubungan Hukum antara konsumen dan Pelaku Usaha

2.5.1 Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara umum dalam UUPK, hak-hak konsumen antara lain sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Hak ini untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan/atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen

⁵⁷ Marianus Gaharpung, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen Korban Atas Tindakan Pelaku Usaha*, Jurnal Yustika, Vol. 3 No. 1 Juli 2000, hal.42

⁵⁸ Indonesia (a), *op. cit.*, Penjelasan Pasal 1 angka 9.

⁵⁹ Santoso, “*Undang-Undang Perlindungan Konsumen Masih Banyak Bolongnya*”, dalam Media Indonesia, tanggal 7 Juli 1999.

dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk.⁶⁰

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak ini dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar

Selain yang disebutkan di atas, konsumen juga mempunyai beberapa hak lain. Masyarakat Eropa (*Europese Economische Gemeenschap* atau *EEG*) juga telah menyepakati lima hak dasar konsumen sebagai berikut:

1. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
Hak ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian apabila mengkonsumsi suatu produk.
2. Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
Dalam hak kepentingan ekonomi ini termasuk di dalamnya hak untuk didengar, hak untuk memilih, dan hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya.
3. Hak untuk mendapat ganti rugi;
Hak ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen.
4. Hak atas penerangan;
Hak ini dapat juga disamakan dengan hak untuk memperoleh informasi. Informasi merupakan hak konsumen yang diantaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas penggunaan produk, tanggal kadaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut.
5. Hak untuk didengar;

⁶⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal.41.

Hak untuk didengar ini merupakan hak konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan/pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini dapat disampaikan baik secara perorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya melalui YLKI.⁶¹

2.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak-hak Pelaku Usaha diatur dalam UUPK pada Pasal 6, yaitu:⁶²

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban-kewajiban Pelaku Usaha diatur dalam UUPK pada pasal 7, yaitu:⁶³

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

⁶¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, hal. 39-44.

⁶² Indonesia (a), *op.cit.*, Pasal 6.

⁶³ *Ibid*, Pasal. 7.

2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2.6 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Yang Dialami Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Jika berbicara mengenai tanggung jawab pelaku usaha maka tidak akan lepas dari pembahasan mengenai kewajiban pelaku. Dari kewajiban (*duty, obligation*) akan melahirkan tanggung jawab. Tanggung jawab timbul karena seseorang atau suatu pihak mempunyai suatu kewajiban karena undang-undang dan hukum (*statutory obligation*).⁶⁴

Di dalam Pasal 1472 KUHPerdara juga disebutkan mengenai kewajiban penjual. Penjual wajib menegaskan dengan jelas untuk apa ia mengikat diri dalam persetujuan jual beli. Kemudian lebih lanjut pasal tersebut memberikan suatu interpretasi : segala sesuatu yang kurang jelas dalam persetujuan jual beli, atau yang

⁶⁴ N. H. T. Siahaan, *Hukum konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Pantai Rei, 2005), hal.137.

mengandung pengertian kembar harus diartikan sebagai maksud yang “merugikan” bagi pihak penjual. Pada dasarnya kewajiban penjual menurut Pasal 1473 dan Pasal 1474 KUHPerdara terdiri atas dua :

- a. Kewajiban penjual untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli;
- b. Kewajiban penjual untuk memberi pertanggungan atau jaminan (*vrijwaring*), bahwa barang yang dijual tidak mempunyai sangkutan apapun, baik yang berupa tuntutan maupun pembebanan.⁶⁵

Apabila dalam praktek pelaku usaha melakukan hal-hal yang menyebabkan kerugian konsumen maka, pelaku usaha harus bertanggung jawab untuk mengganti kerugian tersebut. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha ini diatur dalam Pasal 19 UUPK. Dalam Pasal 19 UUPK disebutkan:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
2. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dengan tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah transaksi;
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) UUPK dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

⁶⁵ Sabarudin Juni, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dilihat dari Segi Kerugian Akibat Barang Cacat dan Berbahaya*, <<http://library.usu.ac.id/download/fh/perdata-sabarudin2.pdf>>, diakses tanggal 17 April 2010.

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.⁶⁶

Dalam kaitan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, produsen berkewajiban untuk beritikad baik dalam aktivitas produksinya.⁶⁷ Rumusannya mengandung suatu keharusan atau kewajiban yang tidak boleh tidak harus dilaksanakan. Dari segi hukum perikatan, terdapat suatu unsur kewajiban yang harus dipenuhi untuk melaksanakan suatu prestasi. Pasal 1234 KUHPerdara menyatakan bahwa tiap-tiap perikatan bertujuan:

- a. memberikan sesuatu;
- b. berbuat sesuatu;
- c. tidak berbuat sesuatu.⁶⁸

Prestasi yang dimaksud di atas merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan para pembuat perjanjian. Kewajiban melaksanakan prestasi tersebut tidak hanya karena adanya perikatan bagi pihak-pihak yang melakukan perjanjian. Lebih dari hal itu, perikatan juga lahir dari undang-undang atau hukum (Pasal 1233 KUH Perdata). Jika perikatan timbul dari perjanjian, terlebih dahulu memerlukan kesepakatan agar persyaratan itu sah, maka di dalam perikatan yang timbul dari hukum atau undang-undang melahirkan sejumlah kewajiban tanpa memerlukan persetujuan/kesepakatan lebih dahulu.⁶⁹

⁶⁶ Ahmadi Miru dan Sutarmam Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi 1, Cet-2, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 126.

⁶⁷ Indonesia (a), *op.cit.*, Pasal 7 huruf a.

⁶⁸ N. H. T. Siahaan, *Hukum konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Pantai Rei, 2005), hal.138.

⁶⁹ *Ibid.*

2.6.1 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.⁷⁰

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:⁷¹

1. Kesalahan (*liability based on fault*)

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Prinsip ini menyatakan seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya, yang dimaksud kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian hukum, tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.

Secara *common sense*, asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adalah adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Dengan kata lain, tidak adil jika orang yang tidak bersalah harus mengganti kerugian yang diderita orang lain.⁷² Mengenai pembagian beban pembuktiannya, asas ini mengikuti ketentuan pasal 1865 KUH Perdata yang dikatakan barangsiapa yang mengakui mempunyai suatu hak harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu. Ketentuan di atas juga sejalan dengan teori umum dalam hukum acara yakni asas kedudukan yang sama antara semua pihak yang berperkara. Di sini hakim harus memberi para pihak beban yang seimbang dan patut sehingga masing-masing memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan perkara tersebut.⁷³ Teori murni

⁷⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo,2000), hal.59.

⁷¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan konsumen*, (Jakarta:Sinar Grafika,2009), hal. 92.

⁷² *Ibid*, hal.93.

⁷³ *Ibid*.

dalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) adalah suatu tanggung jawab yang didasarkan pada adanya unsur kesalahan dan hubungan kontrak (*privity of contract*). Teori tanggung jawab berdasarkan kelalaian merupakan yang paling merugikan konsumen, karena gugatan konsumen dapat diajukan kalau telah memenuhi dua syarat tersebut yaitu adanya unsur kesalahan atau kelalaian dan hubungan kontrak antara produsen dan konsumen.⁷⁴

Konsumen dihadapkan pada dua kesulitan dalam mengajukan gugatan kepada produsen, yaitu, *pertama*, tuntutan adanya hubungan kontrak antara konsumen sebagai penggugat dengan produsen sebagai tergugat. *Kedua*, argumentasi produsen bahwa kerugian konsumen diakibatkan oleh kerusakan barang yang tidak diketahui.⁷⁵

2. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Dasar pemikiran dari teori pembalikan beban pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan membuktikan sebaliknya. Hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum. Namun jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak, asas demikian cukup relevan. Jika dikenakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada di pihak pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini yang harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak lalu berarti dapat sekehendak hati mengajukan gugatan. Posisi konsumen sebagai penggugat selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, jika ia gagal menunjukkan kesalahan si tergugat.⁷⁶

3. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)

⁷⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hal. 53.

⁷⁵ *Ibid*, hal.55.

⁷⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan konsumen*, (Jakarta:Sinar Grafika,2009), hal. 94.

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption nonliability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan.⁷⁷ Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan, yang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang. Dalam hal ini si pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat diminta pertanggung jawabannya.⁷⁸ Sekalipun demikian dalam pasal 44 ayat (2) Peraturan Pemerintah Angkutan Udara, ada penegasan prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab ini tidak lagi diterapkan secara mutlak, dan mengarah pada prinsip tanggung jawab dengan pembatasan uang ganti rugi, artinya bagasi tetap dapat dimintakan pertanggung jawaban sepanjang bukti kesalahan pihak pengangkut (pelaku usaha) dapat ditunjukkan. Pihak yang dibebankan untuk membuktikan kesalahan itu ada pada si penumpang.⁷⁹

2.6.2 Tanggung Jawab Produk (*product liability*)

Istilah *product liability* diterjemahkan secara bervariasi ke dalam bahasa Indonesia seperti ‘tanggung gugat produk’ atau ‘tanggung jawab produk’. Henry Campbell mendefinisikan *product liability* sebagai berikut:

“ *Refers to the legal liability of manufacturers and sellers to compensate buyers, users, and even bystanders, for damages or injuries suffered because of defect in good purchase* ”⁸⁰

⁷⁷ Shidarta, *Hukum Pelindungan Konsumen*, (Jakarta:Grasindo,2000), hal.59.

⁷⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Op.cit.* hal. 96.

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Henry Campbell Black, *Black's law dictionary*, St. Paul Minn: West Publishing Co., 1990, hal. 1209 dalam J. Widijantoro, *Product Liability dan Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Justitia Et Pax, Juli-Agustus 1998, hal.6-7

Product liability adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacture*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut. Bahkan dilihat dari konvensi tentang *product liability* diperluas terhadap orang/badan yang terlibat dalam rangkaian komersial tentang persiapan atau penyebaran dari produk, termasuk para pengusaha bengkel dan pergudangan.⁸¹ Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat/rusak sehingga menyebabkan atau turut menyebabkan kerugian bagi pihak lain (konsumen), baik kerugian badaniah, kematian atau harta benda. Cacat produk menurut Emma Suratman⁸² adalah “*Setiap produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya baik karena kesengajaan atau kealpaan dalam proses produksinya maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda dalam penggunaannya, sebagaimana diharapkan orang*”

Sesuatu produk dapat disebut cacat (tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya) karena:

1. Cacat produk atau manufaktur

Cacat produk adalah keadaan produk yang pada umumnya berada di bawah tingkat harapan konsumen atau dapat pula cacat itu sedemikian rupa sehingga dapat merugikan konsumen secara finansial atau cacat itu dapat membahayakan harta bendanya, kesehatan tubuh, atau jiwa konsumen.⁸³

2. Cacat desain

Pengertian cacat desain sama dengan pengertian cacat manufaktur. Jadi, cacat desain adalah apabila bahaya atau kerugian dari produk tersebut lebih besar

⁸¹ *Op.cit*, hal.101

⁸² Emma Suratman, S.H. (Ketua Tim) Naskah Akademis Peraturan Perundang-undangan tentang Tanggung Jawab Produsen di bidang Farmasi terhadap Konsumen 1990.1991, BPHN Departemen Kehakiman RI, hal.9 dalam Az. Nasution (a), hal.248.

⁸³ *Ibid.*

daripada manfaat atau keuntungan yang diharapkan oleh konsumen atau bila keuntungan dari desain produk tersebut lebih kecil dari risikonya.

3. Cacat peringatan atau cacat instruksi

Cacat peringatan atau instruksi adalah cacat produk karena tidak dilengkapi dengan peringatan-peringatan tertentu atau instruksi penggunaan tertentu. Suatu produk harus terdapat label yang memberikan kepada konsumen tentang petunjuk penggunaan/pemakaian dan peringatan. Jadi, cacat peringatan atau instruksi adalah apabila buku pedoman, buku panduan, pengemasan, etiket (*labels*), atau plakat tidak cukup memberikan peringatan tentang bahaya yang mungkin timbul dari produk tersebut atau petunjuk tentang penggunaannya yang aman.⁸⁴

Menurut asas ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya. Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan tiga hal:

- a. Melanggar jaminan (*breach of warranty*), misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan produk;
- b. Ada unsur kelalaian (*negligence*), yaitu produsen lalai memenuhi standar pembuatan barang yang baik;
- c. Menerapkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Variasi yang sedikit berbeda dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada *risk liability*. Dalam *risk liability*, kewajiban mengganti rugi dibebankan kepada pihak yang menimbulkan risiko adanya kerugian itu. Namun, penggugat (konsumen) tetap diberikan beban pembuktian, walaupun tidak sebesar si tergugat. Dalam hal ini, ia hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan pelaku usaha (produsen) dan kerugian yang dideritanya. Selebihnya dapat digunakan prinsip *strict liability*.⁸⁵

⁸⁴ Jerry J. Phillips, *Product Liability In a Nutshell*, (St. Paul Minnesota: West Publishing Company, 1993), hal. 4.

⁸⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan konsumen*, (Jakarta:Sinar Grafika,2009), hal. 97.

2.6.2.1 Tanggung Jawab Mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Kendati demikian ada pula para ahli yang membedakan kedua terminologi di atas. Ada pendapat yang mengatakan, *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya.

Asas tanggung jawab itu dikenal dengan nama *Product Liability*. Menurut asas ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya. Namun, penggugat (konsumen) tetap diberikan beban pembuktian, walaupun tidak sebesar si tergugat. Dalam hal ini, ia hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan pelaku usaha dan kerugian yang dideritanya. Selebihnya dapat digunakan prinsip *strict liability*.⁸⁶

Sejak tahun 1960-an, di Amerika Serikat diberlakukan prinsip tanggung jawab mutlak. Dengan diterapkannya prinsip ini, maka setiap konsumen yang merasa dirugikan akibat produk atau barang yang cacat atau tidak aman dapat menuntut kompensasi tanpa harus mempermasalahkan ada atau tidak adanya unsur kesalahan di pihak produsen.⁸⁷ Alasan-alasan mengapa prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan dalam hukum tentang *product liability* adalah:⁸⁸

- a. Di antara korban/konsumen di satu pihak dan produsen di lain pihak, beban kerugian (resiko) seharusnya ditanggung oleh pihak yang memproduksi/mengeluarkan barang-barang cacat/berbahaya tersebut di pasaran;

⁸⁶ *Ibid.*

⁸⁷ Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hal. 66.

⁸⁸ *Ibid.*

- b. Dengan menempatkan/mengedarkan barang-barang di pasaran, berarti produsen menjamin bahwa barang-barang tersebut aman dan pantas untuk dipergunakan dan bilamana terbukti tidak demikian, dia harus bertanggung jawab;
- c. Sebenarnya tanpa menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak pun pelaku usaha yang melakukan kesalahan tersebut dapat dituntut melalui proses penuntutan beruntun, yaitu konsumen kepada pedagang eceran, pengecer kepada grosir, grosir kepada distributor, distributor kepada agen, dan agen kepada produsen. Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dimaksudkan untuk menghilangkan proses yang panjang ini.

Selain hal tersebut di atas, ada alasan-alasan lain yang memperkuat penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) tersebut yang didasarkan pada prinsip *social climate theory*:

1. *Manufacturer* adalah pihak yang berada dalam posisi keuangan yang lebih baik untuk menanggung beban kerugian dan pada setiap kasus yang mengharuskannya mengganti kerugian dia akan meneruskan kerugian tersebut dan membagi resikonya kepada banyak pihak dengan cara menutup asuransi yang preminya dimasukkan ke dalam perhitungan harga dari barang hasil produksinya. Hal ini dikenal dengan *deep pockets theory*;
2. Adanya kesulitan dalam membuktikan adanya unsur kesalahan dalam suatu proses *manufacturing* yang demikian kompleks pada perusahaan besar (industri) bagi seorang konsumen/korban/penggugat secara individual.⁸⁹

Secara rinci beberapa rumusan tujuan penerapan tanggung jawab mutlak adalah:⁹⁰

- Memberikan jaminan secara hukum bahwa biaya kecelakaan yang diakibatkan oleh produk yang cacat ditanggung oleh orang yang

⁸⁹ Saefullah, *Tanggung Jawab Produsen Terhadap Akibat Hukum Yang Ditimbulkan Dari Produk Pada Era Pasar Bebas*, didalam Husni Syawali (Ed.), *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000)., hal. 55.

⁹⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Op.cit* , hal.68.

menghasilkan dan mengedarkan produk tersebut ke pasar, bukan oleh pembeli atau konsumen yang tidak mempunyai kemampuan untuk melindungi diri.

- Penjual dengan memasarkan produk untuk digunakan atau keperluan konsumen telah menyadari dan sudah siap dengan tanggung jawab terhadap masyarakat umum yang akan mengalami cedera akibat barang yang ditawarkan atau dijualnya, dan sebaliknya masyarakat juga memiliki hak dan harapan untuk terpenuhinya hak tersebut. Berdasarkan tuntutan kebijakan publik beban dari kecelakaan akibat produk yang cacat harus ditanggung oleh orang yang memasarkannya.
- Menjamin konsumen yang mengalami kecelakaan akibat produk yang cacat, tanpa harus membuktikan kelalaian si produsen.
- Agar resiko dari kerugian akibat produk yang cacat harus ditanggung oleh supplier, karena mereka berada pada posisi yang dapat memasukkan kerugian sebagai biaya dalam kegiatan bisnis.
- Sebagai instrumen kebijakan sosial dan jaminan keselamatan publik.
- Tanggung jawab khusus untuk keselamatan masyarakat oleh seseorang yang mensuplai produk yang dapat membahayakan keselamatan orang dan harta benda. Pihak yang mempunyai dasar hukum untuk mengajukan gugatan adalah konsumen yang menderita kerugian.

3. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen bila diterapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam UUPK seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika pun ada pembatasan maka harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.⁹¹

⁹¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan konsumen*, (Jakarta:Sinar Grafika,2009), hal. 98.

2.7 Penyelesaian Sengketa Konsumen

2.7.1 Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan di dalam pengadilan peradilan umum maupun diluar pengadilan. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat ditempuh oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk oleh pemerintah di Daerah Tingkat II. Putusan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan, dan dapat dimintakan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di wilayah tempat konsumen yang bersangkutan.⁹²

BPSK adalah pengadilan khusus konsumen (*small claim court*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses berperkara berjalan cepat, sederhana dan murah. Dengan demikian, BPSK hanya menerima perkara yang nilai kerugiannya kecil. Pemeriksaan dilakukan oleh hakim tunggal dan kehadiran penuh pihak ketiga (kuasa hukum) sebagai wakil pihak yang bersengketa tidak diperkenankan. Putusan dari BPSK tidak dapat dibanding kecuali bertentangan dengan hukum yang berlaku.⁹³

Pasal 54 ayat (3) UUPK menegaskan bahwa putusan majelis dari BPSK itu bersifat final dan mengikat. Kata 'final' diartikan sebagai tidak adanya upaya banding dan kasasi. Kembali timbul kerancuan tentang kata 'final' dan 'mengikat' tadi. Pertama, dengan dibukanya kesempatan mengajukan 'keberatan' dapatlah disimpulkan bahwa putusan BPSK itu masih belum final. Sementara kata 'mengikat' ditafsirkan sebagai 'harus dijalankan' oleh yang diwajibkan untuk itu. Jika tidak dijalankan, maka putusannya akan dijadikan bukti penyidikan. Namun hal ini memberikan ketidak jelasan lagi karena jika dilakukan penyidikan maka perkara yang

⁹² Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*, (Bandung: PT.Citra aditya Bakti, 2008), hal. 239.

⁹³ Marianus Gaharpung, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen Atas Tindakan Pelaku Usaha*, Jurnal Yustika, Vol.3 No. 1 Juli 2000, hal.42

barangkali semula adalah perkara perdata serta merta dapat diubah menjadi perkara pidana.⁹⁴

Adapun yang merupakan tugas dari BPSK adalah sebagai berikut menurut Pasal 52 UUPK:

- a. Menangani penyelesaian sengketa konsumen dengan cara mediasi, konsolidasi dan arbitrase.
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.
- d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.
- e. Menerima pengaduan konsumen.
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan atas sengketa perlindungan konsumen.
- g. Memanggil pelaku usaha yang diduga melakukan pelanggaran.
- h. Memanggil dan menghadirkan saksi-saksi.
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau pihak-pihak lainnya.
- j. Mendapatkan, meneliti dan menilai alat bukti dokumen atau alat bukti lainnya.
- k. Menetapkan ada atau tidaknya kerugian konsumen.
- l. Memberikan pemberitahuan putusan kepada pelaku usaha yang bersangkutan.
- m. Menjatuhkan sanksi administrasi kepada pelaku usaha, berupa ganti rugi maksimum Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah).

2.7.2 Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

2.7.2.1 Gugatan Individu

Agar konsumen yang telah dirugikan oleh pelaku usaha dapat memperoleh haknya kembali maka UUPK telah menyiapkan beberapa upaya yang dapat dilakukan. Hal ini dapat diketahui dari Pasal 45 ayat (1) dan (2) UUPK. Adapun bunyi dari Pasal 45 ayat (1) adalah:

⁹⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hal.132.

“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan antara sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”⁹⁵

Kaitan Pasal 45 ayat (1) UUPK ini adalah dengan Pasal 48 UUPK yaitu apabila penyelesaian sengketa konsumen dilakukan melalui pengadilan maka mengacu pada ketentuan peradilan umum yang berlaku. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dapat dilakukan apabila:

1. Para pihak belum memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan; atau
2. Upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.⁹⁶

2.7.2.2 Class Action

Gugatan kelompok adalah pranata hukum yang berasal dari sistem *common law*. Walaupun demikian, di banyak negara penganut *Civil Law*, prinsip tersebut diadopsi, termasuk dalam UUPK.⁹⁷

Umumnya *class action* wajib memenuhi empat syarat sebagaimana juga ditetapkan dalam Pasal 23 *US Federal of Civil Procedure* ,meliputi:⁹⁸

1. *Numerosity* (jumlah orang yang mengajukan harus sedemikian banyaknya).
Persyaratan inimengharuskan kelas yang diwakili sedemikian besar jumlahnya karena apabila gugatan diajukan satu demi satu (*individual*) sangta tidak praktis dan tidak efisien.

⁹⁵ Indonesia (a), *op. cit.*, Psl. 45.

⁹⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op. cit.*, hal. 234.

⁹⁷ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta:Grasindo, 2000), hal. 52.

⁹⁸ Mas Achmad Santoso, *Konsep dan penerapan; Gugatan Perwakilan (Class Action)*, ICEL Jakarta, 1977, hal.10 dalam Ari Purwadi, *Pengaturan Persoalan Perlindungan Konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen*, Yustika, Vol. III No. 2 Desember 2000, hal.285

2. *Commonality* (kesamaan) artinya harus ada kesamaan fakta maupun *question of law* antara pihak yang mewakili dan pihak yang diwakili.
3. *Typicality*, artinya tuntutan (bagi penggugat) maupun pembelaan (bagi tergugat) pada *class action* haruslah sejenis.
4. *Adequacy of Representation* (kelayakan perwakilan), artinya mewajibkan perwakilan kelas (*class representatives*) untuk menjamin secara jujur dan adil serta mampu melindungi kepentingan pihak yang diwakili.

2.7.2.3 *Legal Standing*

UUPK juga menerima kemungkinan proses beracara yang dilakukan oleh lembaga tertentu yang memiliki *legal standing*. Hak yang dimiliki lembaga demikian dikenal dengan hak gugat LSM (*NGO's standing*). Rumusan *legal standing* dalam UUPK ditemukan dalam Pasal 46 ayat (1) huruf c, yaitu: Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas, tujuan didirikannya organisasi tersebut untuk kepentingan perlindungan konsumen dan melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya. Dalam definisi yang diberikan oleh Pasal 1 angka 9 UUPK, jelas ada keinginan agar setiap lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat itu diwajibkan terdaftar dan diakui pemerintah. Tanpa pendaftaran dan pengakuan itu, ia tidak dapat menyandang hak sebagai para pihak dalam proses beracara di pengadilan, terutamaberkaitan dengan pencarian *legal standing* LPKSM.⁹⁹

⁹⁹ Celiana Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hal. 195.

BAB 3 TINJAUAN SINGKAT MENGENAI PERDAGANGAN TELEPON SELULER

3.1 Industri Perdagangan Telepon Seluler

3.1.1 Sejarah Masuknya Telepon Seluler ke Indonesia

Kebutuhan akan telekomunikasi semakin besar seiring berkembangnya kehidupan masyarakat. Masyarakat dunia terus mencari inovasi agar setiap hal menjadi semakin mudah dilakukan termasuk dalam bidang telekomunikasi. Telepon seluler¹⁰⁰ ditemukan tiga puluh lima tahun yang lalu oleh Dr. Martin Cooper. Saat itu publik New York terpana melihat ada seorang manusia yang mampu menelpon sambil berjalan-jalan. Pada masa itu, telepon *fixed line* tanpa kabel pun belum ditemukan. Versi komersial telepon seluler pertama kali dikembangkan oleh perusahaan Motorola, dimana Dr. Cooper pernah menjabat sebagai *general manager* pada perusahaan tersebut, sebagai produsen telepon seluler komersial pertama di dunia. Pada tahun 1983, Motorola mengeluarkan DynaTAC telepon seluler komersial pertama seberat 4,5 kilogram dengan harganya sebesar US\$ 3.500.¹⁰¹

Kini ponsel telah menjadi alat komunikasi yang vital bahkan melebihi telepon jaringan tetap (*fixed line*) karena sifatnya yang *mobile*. Ponsel dapat menghemat waktu dan tempat jika dibandingkan dengan telepon jaringan tetap. Menurut data Internasional Telecommunication Union (ITU). Jumlah pelanggan ponsel diseluruh dunia mencapai satu miliar lebih pada tahun 2002. Dengan pertumbuhan rata-rata 400 juta setahun, pada kuartal pertama tahun 2008 jumlah pelanggannya sudah mencapai 3,5 miliar lebih, sementara pelanggan telepon biasa hanya 1,3 miliar.¹⁰²

¹⁰⁰ Pengertian telepon selular (ponsel) atau *handphone* (HP) atau disebut pula adalah perangkat **telekomunikasi** elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan **telepon** konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana (portabel, *mobile*) dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan **kabel** (nirkabel; *wireless*). Saat ini Indonesia mempunyai dua jaringan telepon nirkabel yaitu sistem **GSM** (*Global System for Mobile Telecommunications*) dan sistem **CDMA** (*Code Division Multiple Access*), <www.wikipedia.com>, diakses tanggal 3 November 2010.

¹⁰¹ <http://www.pojoksurabaya.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6:sejar-dan-masa-depan-seluler-indonesia&catid=6:teknologi&Itemid=8>, diakses tanggal 1 Oktober 2010.

¹⁰² *Ibid.*

Indonesia termasuk negara yang paling awal mengadopsi teknologi seluler. Setahun setelah versi komersial ponsel diluncurkan di Amerika Serikat, publik Indonesia sudah dapat memakai teknologi baru ini. Sesuai regulasi pada waktu itu, semua perusahaan penyelenggara *telephony* dasar diharuskan bermitra dengan PT. Telkom. Era pertama telepon seluler GSM (*Global System for Mobile Communication*) di Indonesia pun hadir. Teknologi GSM pertama kali diperkenalkan ketika berlangsung pameran telekomunikasi dunia di Genewa, Swiss. Indonesia tertarik dan B.J Habibie yang ketika itu menjabat sebagai Menteri Negara Riset dan Teknologi memilih GSM sebagai *system digital* yang dioperasikan di Indonesia. Teknologi GSM di Indonesia lahir pada Oktober 1993, sehingga dapat dikatakan mulai saat itu telepon seluler GSM yaitu jenis yang banyak dipakai saat ini berkembang di Indonesia.¹⁰³

3.1.2 Perkembangan Industri Perdagangan Telepon Seluler Indonesia

Industri telepon seluler mengalami perkembangan yang pesat dalam dua dekade terakhir ini, baik di negara maju ataupun sedang berkembang. Di Indonesia pun telepon seluler telah mengubah peta industri telekomunikasi secara radikal. Telepon yang dulunya merupakan barang mewah, sehingga hanya kelompok menengah keatas yang dapat menikmatinya, sekarang telah dinikmati oleh hampir sebagian besar masyarakat baik dalam sarana telekomunikasi *fixedline wireline* ataupun *fixedline wireless* serta seluler. Semua lapisan masyarakat dari kalangan elit sampai kalangan menengah dan kalangan bawah, dari kota besar ataupun pelosok-pelosok di seluruh Indonesia dapat mengakses sarana telekomunikasi yang ada. Program *universal service obligation* (USO)¹⁰⁴ juga sudah menjadi program

¹⁰³ *Ibid.*

¹⁰⁴ *Universal Service* tercatat pertama kalinya dalam kosakata sektor telekomunikasi pada tahun 1907. Saat itu Presiden Perusahaan Telekomunikasi terkemuka AT&T, Theodore Vail, mempopulerkan slogan “*One System, One Policy, Universal Service*” dalam laporan tahunan perusahaan tersebut berturut-turut hingga tahun 1914. Para ahli sejarah dan pengambil kebijakan berpendapat bahwa konsep yang disampaikan oleh Vail tersebut mengacu kepada kebijakan untuk mempromosikan *affordability* jasa telepon melalui subsidi silang (Mueller Jr., 1997). Sesuai perjalanan waktu, konsep *Universal Service* kemudian diartikan bahwa setiap rumah tangga dalam suatu negara

pemerintah dalam beberapa tahun terakhir ini sehingga pelayanan jasa telekomunikasi sampai di daerah-daerah terisolir meskipun hasilnya masih belum memuaskan. Berikut tabel perkembangan jumlah pelanggan telepon seluler di Indonesia:¹⁰⁵

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pelanggan Telepon Selular di Indonesia

Tahun	Jumlah Pelanggan (ribu)	Pertumbuhan (%)	Teledensitas Selular / 100
1996	563		0.3
1997	916	62.7	0.5
1998	1066	16.4	0.5
1999	2155	102.2	1
2000	3509	62.8	1.7
2001	6394	82.2	3.1
2002	11273	76.3	5.3
2003	18494	64.1	8.6
2004	30337	64.0	13.6
2005	46910	54.6	21.1
2006	54370	15.9	24.4

Sumber: ITU untuk 1996-1998, DGPT untuk 1999-2006.

Note: tahun 2006 data sampai September

Pasar telepon seluler di Indonesia diperkirakan memiliki tingkat perputaran pelanggan bulanan tertinggi di dunia. Pelanggan telepon seluler di Indonesia begitu mudah untuk berganti nomor telepon ke operator lain. Hal ini tidak terlepas dari persaingan antar operator telekomunikasi di Indonesia. Angka perputaran pelanggan telepon seluler di Indonesia diperkirakan mencapai 8,6 persen dalam sebulan. Sementara angka perputaran pelanggan di India mencapai 4 persen per bulan, Malaysia 3,7 persen per bulan, Philipina 3,1 persen per bulan, Thailand 2,9 persen per

memiliki sambungan telepon, biasanya telepon tetap. Namun mengingat definisi di atas hanya layak untuk negara maju, maka kemudian muncul pula istilah *Universal Access* yang dapat dijangkau dan lebih sesuai dengan praktek-praktek di negara berkembang. *Universal Access* diartikan bahwa setiap orang dalam suatu kelompok masyarakat haruslah dapat melakukan akses terhadap telepon publik yang tidak harus tersedia di rumah mereka masing-masing. *Universal Access* ini biasanya dapat diperoleh melalui telepon umum, warung telekomunikasi atau kios sejenis, *multipurpose community center*, dan berbagai bentuk fasilitas sejenis (ITU, 2003). (www.bappenas.go.id).

¹⁰⁵ <www.persaingantelekomunikasi.wordpress.com/2009/04/27/persaingan-pada-industri-telepon-selular-di-indonesia>, diakses tanggal 5 November 2010.

bulan, Cina 2,7 persen per bulan, dan Bangladesh 2,1 persen per bulan.¹⁰⁶ Bahkan perangkat *hardware*-nya pun juga memanjakan konsumen dengan diproduksi telepon yang dapat digunakan sekaligus untuk GSM and CDMA dalam satu *handset*. Jelas bahwa masyarakat secara umum diuntungkan dengan perkembangan tersebut sehingga pemakaian jasa pelayanan dari percakapan, sms, internet, bahkan 3G juga semakin meningkat, memenuhi kebutuhan layanan komunikasi masyarakat yang semakin berkembang. Pada akhirnya telepon bergerak menjadi lebih atraktif dari telepon tetap pada saat ini. Bahkan telepon bergerak pada saat ini telah menjadi substitusi *fixed line* sebab pengguna dapat melakukan berbagai layanan seperti dengan telepon tetap (termasuk internet). Fenomena ini juga terjadi di banyak negara, dimana penggunaan seluler meningkat drastis sementara penggunaan telepon tetap menjadi stagnan bahkan menurun. Jumlah pelanggan seluler lebih banyak dari telepon tetap di Indonesia pada saat ini, sehingga jargon seperti '*future is mobile*' rasanya sudah menjadi kenyataan dan menjadi bukti pentingnya telepon seluler.

3.1.3 Pengaruh Undang-Undang Telekomunikasi No. 36 Tahun 1999 terhadap Industri Telepon Seluler Indonesia

Perkembangan yang pesat pada industri telekomunikasi akhir-akhir ini terutama didorong oleh perkembangan yang pesat dari pasar seluler. Sejak awal perkembangannya telepon seluler berbeda dengan telepon tetap dengan jaringan kabel yang dimonopoli oleh PT Telkom. Sementara telepon seluler sejak awal sudah tidak ada hambatan yang berarti untuk dapat masuk ke dalam pasar dalam negeri karena jalur importasi telepon seluler telah terbuka lebar. Manfaat yang diterima oleh masyarakat dengan semakin berkembangnya pasar seluler dapat dirasakan semakin besar baik karena harganya yang bersaing maupun dalam kualitas yang ditawarkan.¹⁰⁷

¹⁰⁶ <www.kompas.com>, diakses tanggal 5 Juni 2010.

¹⁰⁷ Menggunakan hasil studi "*Restructuring the Telecommunications Industry: An Assessment on Industry Structure after Duopoly in Indonesia*" tahun 2007 yang dilakukan oleh Nathan Associates Inc. Arlington, Virginia, USA bekerja sama dengan PT. Abdi Tama Mitra (Atmitra), Jakarta Indonesia yang didanai BAPPENAS melalui Kantor Menko Perekonomian dan "*Private Provision of*

Undang-Undang RI Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi memberikan fondasi bagi kompetisi pasar telekomunikasi di Indonesia. Setidaknya ada lima muatan penting yang diatur dalam Undang-Undang tersebut antara lain;

1. Peran Pemerintah yang dititik beratkan pada pembinaan yang meliputi penentuan kebijakan, pengaturan, pengawasan dan pengendalian;
2. Penyelenggaraan telekomunikasi dibagi dalam 3 (tiga) jenis yaitu;
 - a. Penyelenggaraan jaringan telekomunikasi,
 - b. Penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan
 - c. Penyelenggaraan telekomunikasi khusus.;
3. Pelayanan universal diberlakukan secara tegas sehingga setiap penyelenggara jaringan atau jasa telekomunikasi wajib memberikan kontribusi dalam pelayanan *universal service obligation* yang merupakan kewajiban penyediaan jaringan telekomunikasi oleh penyelenggara jaringan telekomunikasi agar kebutuhan masyarakat terutama di daerah terpencil mendapatkan akses telepon.
4. Pengaturan secara rinci atas standarisasi pelayanan sehingga penyelenggara jaringan atau jasa telekomunikasi wajib menyediakan pelayanan telekomunikasi berdasarkan prinsip perlakuan yang sama dan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi semua pengguna.
5. Penyelenggara telekomunikasi diwajibkan melakukan pengamanan dan perlindungan terhadap instalasi dalam jaringan telekomunikasi yang digunakan.

Liberalisasi industri telekomunikasi di Indonesia yang dimulai dengan penerbitan Undang-undang Telekomunikasi Nomor 36 Tahun 1999 telah membuka babak baru bagi perkembangan industri telekomunikasi. Hal ini telah mendorong masuknya lebih banyak operator penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia sehingga persaingan antar operator dalam menarik pelanggan juga semakin ketat. Secara umum dapat dikatakan bahwa liberalisasi pasar telekomunikasi Indonesia telah membawa dampak yang besar pada industri telekomunikasi sehingga masyarakat luas diuntungkan dengan semakin banyaknya operator yang masuk pasar

Infrastucture Technical Assistance” (PPITA) IBRD Loan No. 4696-IND.
<www.antara.co.id/analisis/persaingan_pada_industri_telepon_selular_di_indonesia>.

dan beragamnya jasa telekomunikasi yang ditawarkan di pasar dengan kualitas yang lebih baik dan harga lebih murah.¹⁰⁸ Berkembangnya jasa penyedia layanan operator akan berdampak pula pada meningkatnya persaingan di sektor penyedia perangkat telekomunikasi.

3.2 Hukum Positif Perdagangan Telepon Seluler

Ketentuan-ketentuan yang mengatur mengenai praktik perdagangan telepon seluler yang saat ini tersebar di berbagai aturan. Perubahan lingkungan ekonomi global dan perkembangan teknologi telekomunikasi yang demikian pesat telah melahirkan paradigma baru dalam penyelenggaraan telekomunikasi. Kecendrungan global yang mengubah paradigma telekomunikasi antara lain:

- a. Telekomunikasi tidak lagi diselenggarakan sebagai pelayanan masyarakat (*public utility*) seperti penyediaan air minum, listrik dan jalan raya, melainkan sebagai jasa komersial (*commodity*) seperti jasa lain yang diperdagangkan;
- b. Telekomunikasi tidak lagi diselenggarakan dalam lingkungan yang berdasarkan monopoli melainkan dalam pasar yang lebih kompetitif;
- c. Perilaku pengguna jasa telekomunikasi tidak lagi puas dengan apa yang ditawarkan pemegang monopoli melainkan menuntut adanya pilihan dalam penyelenggara jasa telekomunikasi dengan pilihan yang beragam;
- d. Peran pemerintah tidak lagi berada dalam penyelenggaraan telekomunikasi, melainkan dalam pembinaan yang meliputi pembuatan kebijakan dan pelaksanaan regulasi;
- e. Peran pihak swasta dalam penyelenggaraan dan investasi infrastruktur telekomunikasi makin meningkat sehingga pembangunan jaringan dan perluasan pelayanan untuk masyarakat makin tergantung pada iklim berusaha yang diciptakan regulasi bagi mereka;

¹⁰⁸ <<http://persaingantelekomunikasi.wordpress.com/2009/04/27/persaingan-pada-industri-telepon-selular-di-indonesia/>>, diakses tanggal 1 November 2010.

- f. Kemajuan luar biasa dalam teknologi digital menyebabkan konvergensi antara telekomunikasi, penyiaran dan media yang memunculkan segmen usaha baru yang akan mengubah tata penyelenggaraan telekomunikasi.¹⁰⁹

Di dalam Pasal 32 ayat (1) Undang-Undang Telekomunikasi disebutkan bahwa:

“Perangkat telekomunikasi yang diperdagangkan, dibuat, dirakit, dimasukkan dan atau digunakan di wilayah Negara Republik Indonesia wajib memperhatikan persyaratan teknis dan berdasarkan izin sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Persyaratan teknis alat/perangkat telekomunikasi merupakan syarat yang diwajibkan terhadap alat/perangkat telekomunikasi agar pada waktu dioperasikan tidak saling mengganggu alat/perangkat telekomunikasi lain dan atau jaringan telekomunikasi atau alat/perangkat selain perangkat telekomunikasi. Persyaratan teknis dimaksud lebih ditujukan terhadap fungsi alat/perangkat telekomunikasi yang berupa parameter elektronis serta dengan memperhatikan pula aspek di luar parameter elektronis sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan aspek lainnya, misalnya lingkungan, keselamatan, dan kesehatan. Untuk menjamin pemenuhan persyaratan teknis alat/perangkat telekomunikasi, setiap alat atau perangkat telekomunikasi dimaksud harus diuji oleh balai uji yang diakui oleh pemerintah atau institusi yang berwenang. Ketentuan persyaratan teknis memperhatikan standar teknis yang berlaku secara internasional, mempertimbangkan kepentingan masyarakat, dan harus berdasarkan pada teknologi yang terbuka.¹¹⁰

¹⁰⁹ Departemen Komunikasi dan Informasi, Regulasi tentang Telekomunikasi. Diakses pada tanggal 1 Oktober 2010. <www.depkominfo.go.id/dirjenpostel>.

¹¹⁰ *Indonesia* (b), Penjelasan Umum dalam Pasal 32 Undang-Undang Nomor 36 thn 1999 tentang Telekomunikasi.

Untuk menindaklanjuti amanat pada Undang-Undang Telekomunikasi (b) di atas maka dibentuklah Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi, khususnya Pasal 71 yang menyebutkan:

- (1) Setiap alat dan perangkat telekomunikasi yang dibuat, dirakit, dimasukkan, untuk diperdagangkan dan atau digunakan di wilayah Negara Republik Indonesia wajib memenuhi persyaratan teknis;
- (2) Persyaratan teknis alat dan perangkat telekomunikasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) meliputi persyaratan teknis alat dan perangkat telekomunikasi untuk keperluan penyelenggaraan jaringan telekomunikasi, penyelenggaraan jasa telekomunikasi dan penyelenggaraan telekomunikasi khusus. Selanjutnya Pasal 72 dari PP tersebut menyebutkan, bahwa persyaratan teknis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 71 dimaksudkan dalam rangka:
 - a. Menjamin keterhubungan dalam jaringan telekomunikasi;
 - b. Mencegah saling mengganggu antar alat dan perangkat telekomunikasi;
 - c. Melindungi masyarakat dari kemungkinan kerugian yang ditimbulkan akibat pemakaian alat dan perangkat telekomunikasi; dan
 - d. Mendorong berkembangnya industri, inovasi dan rekayasa teknologi telekomunikasi nasional. Dan berikutnya pada Pasal 73 ayat (1) menyebutkan, bahwa Menteri menetapkan persyaratan teknis untuk alat dan perangkat telekomunikasi yang belum memiliki standar nasional Indonesia setelah memperhatikan pertimbangan pihak dan instansi terkait.¹¹¹

Ada beberapa persyaratan lain yang harus dipenuhi selain persyaratan teknis seperti perizinan perdagangan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

¹¹¹ Siaran Pers No. 6/PIH/KOMINFO/1/2010 tentang Sertifikasi Peralatan Telekomunikasi Diberikan Untuk Peralatan Telekomunikasi Dari Berbagai Negara Sejauh Tidak Bertentangan Dengan Peraturan Departemen Kominfo dan Kebijakan Nasional, <www.KOMINFO.go.id>, diakses pada 15 Oktober 2010.

Beberapa regulasi yang mengatur tentang telepon seluler baik secara teknis maupun dilihat dari perizinan perdagangan diuraikan sebagai berikut:

3.2.1 Izin Usaha Perdagangan

Ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 mengenai Penerbitan surat Izin Usaha Perdagangan dalam hubungannya dengan praktik Perdagangan telepon seluler adalah mengenai Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Perdagangan adalah kegiatan usaha transaksi barang atau jasa seperti jual-beli, sewa beli, sewa menyewa yang dilakukan secara berkelanjutan dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi. Kewajiban memiliki SIUP bagi perusahaan yang melakukan usaha perdagangan diatur dalam Pasal 2 ayat (1) yang menyatakan bahwa setiap perusahaan yang melakukan usaha perdagangan wajib memiliki SIUP. SIUP adalah Surat Izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan.

Ada tiga macam jenis SIUP, yaitu:

- (1) SIUP Kecil yang wajib dimiliki oleh Perusahaan Perdagangan dengan modal dan kekayaan bersih (*netto*) seluruhnya sampai dengan Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- (2) SIUP Menengah yang wajib dimiliki oleh Perusahaan Perdagangan dengan modal dan kekayaan bersih (*netto*) seluruhnya di atas Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- (3) SIUP Besar wajib dimiliki oleh Perusahaan Perdagangan dengan modal dan kekayaan bersih (*netto*) seluruhnya di atas Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.¹¹²

¹¹² Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 mengenai Penerbitan surat Izin Usaha Perdagangan, Pasal 3.

3.2.2 Nomor Pengenal Importir Khusus

Ketentuan mengenai Nomor Pengenal Importir Khusus (NPIK) diatur di dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia nomor 141/MPP/Kep/3/2002 tentang Nomor Pengenal Importir Khusus (NPIK) dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 07/M-DAG/PER/3/2008 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan nomor 141/MPP/Kep/3/2002 tentang Nomor Pengenal Importir Khusus (NPIK).

Latar belakang diterbitkannya NPIK, antara lain karena maraknya penyelundupan atau impor ilegal dan peningkatan volume impor yang cukup besar sehingga dikhawatirkan akan mengganggu berbagai macam sektor industri dalam negeri. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dalam praktik perdagangan telepon seluler, ketentuan tersebut sesuai dengan pasal 21 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen dalam negeri.

Pengertian mengenai NPIK terdapat di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 7/M-DAG/PER/3/2008 Pasal 1 angka 1 yang menyebutkan bahwa Nomor Pengenal Importir Khusus disingkat NPIK adalah tanda pengenal sebagai importir khusus yang harus dimiliki setiap perusahaan yang melakukan perdagangan impor barang tertentu.

Dengan memiliki NPIK maka importir tersebut telah memenuhi persyaratan yang diajukan oleh Menteri Perdagangan. Fungsi NPIK ini adalah untuk meningkatkan upaya perlindungan konsumen, mendukung industri dalam negeri dengan menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat serta mengamankan penerimaan negara dari sektor pajak dan pungutan impor lainnya sekaligus untuk tertib administrasi di bidang impor.

3.2.3 Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi

Semakin berkembangnya jaman maka semakin berkembang pula kebutuhan manusia. Sebagai bagian dari masyarakat global maka perdagangan barang dan jasa

akan terus meningkat. Banyaknya barang-barang yang beredar baik dari produsen dalam negeri maupun diperoleh dari importir haruslah memenuhi ketentuan dari peraturan-peraturan yang berlaku salah satunya adalah lulus uji dalam memperoleh sertifikasi alat.

Begitu banyak alat perangkat telekomunikasi yang dibuat oleh pabrikan di seluruh dunia yang masuk ke wilayah negara Republik Indonesia seperti, *handphone*, *walkytalky*, *antene receiver* dan lain-lain mulai dari teknologi yang sederhana hingga teknologi yang tercanggih dan jenis telekomunikasi ini semakin hari akan semakin bertambah baik dari jenis dan modelnya.¹¹³

Ada beberapa perangkat yang masuk dan tidak sesuai dengan fungsinya dan sebagian lagi ada yang dapat saling mengganggu antar pengguna perangkat telekomunikasi (penerima dan pengiriman radio). Ini disebabkan karena belum mencakup standardisasi yang dilaksanakan melalui sertifikasi kemudian diberi label. Sertifikasi sangat penting untuk menjamin perangkat dapat berfungsi sebagaimana mestinya dan menjamin konektifitas ketika perangkat tersebut dapat diintegrasikan dalam jaringan telekomunikasi Indonesia serta keamanan bagi penggunanya.¹¹⁴

Terdapat ribuan perangkat telekomunikasi yang meliputi berbagai jenis dari telepon konvensional hingga telepon bergerak, pager hingga modem dan faksimili. Jenis perangkat terus bertambah dalam hitungan hari. Banyak diantara ribuan perangkat tersebut yang tidak diperlukan dan tidak sesuai bagi Indonesia, beberapa alat tidak dapat saling tersambung dan beberapa lainnya dapat saling mengganggu antar perangkat radio yang dapat mempengaruhi kualitas penerimaan dan pengiriman informasi.

Sertifikasi sangat penting karena untuk menjamin perangkat dapat berfungsi dengan baik dan tidak berinterferensi ketika perangkat tersebut terintegrasi dalam

¹¹³ <http://www.pemkomedan.go.id/file/h_1248677089.pdf>, diakses tanggal 1 November 2010.

¹¹⁴ *Ibid.*

jaringan telekomunikasi Indonesia. Selain itu sertifikasi juga membantu memilih perangkat mana yang sesuai standar di Indonesia.¹¹⁵

Standardisasi sebagai unsur penunjang pembangunan, mempunyai peranan penting dalam usaha mengoptimalkan pendayagunaan sumber daya dalam kegiatan pembangunan. Perangkat standardisasi berperan pula dalam menunjang kemampuan produksi khususnya peningkatan perdagangan dalam negeri dan luar negeri, serta pengembangan industri dan perlindungan konsumen. Oleh karenanya setiap negara mempunyai standar nasional dan regulasi teknis yang dalam implementasinya dapat merupakan hambatan teknis bagi negara lain dalam perdagangan.¹¹⁶ Tujuan sertifikasi pemenuhan persyaratan teknis sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi :

1. Menjamin keterhubungan dalam jaringan telekomunikasi.
2. Mencegah saling terganggu antar alat dan perangkat telekomunikasi.
3. Melindungi masyarakat dari kemungkinan kerugian yang di timbulkan akibat pemakaian alat dan perangkat telekomunikasi.
4. Mendorong berkembangnya industri, inovasi dan rekayasa teknologi Nasional.

Ketentuan mengenai sertifikasi lebih khusus disebutkan di dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 29 /Per/M.Kominfo/ 09/2008 Tentang Sertifikasi Alat Dan Perangkat Telekomunikasi. Menteri Kominfo pada tanggal 9 September 2008 telah menetapkan Peraturan Menteri Kominfo No. 29/PER/M.KOMINFO/9/2008 tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi, sebagai pengganti Peraturan Menteri Perhubungan No. KM 10 Tahun 2005 tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telerkomunikasi.

Pengertian sertifikasi adalah proses yang berkaitan dengan pemberian sertifikat. Sertifikat adalah dokumen yang menyatakan kesesuaian tiap alat dan

¹¹⁵ *Ibid.*

¹¹⁶ *National Enquiry Point and Notification Authority WTO TBT*, <www.BSN.go.id>, diakses tanggal 1 November 2010.

perangkat terhadap persyaratan teknis dan atau standar yang ditetapkan. Pengujian alat dan perangkat telekomunikasi adalah penilaian kesesuaian antara karakteristik alat dan perangkat telekomunikasi terhadap persyaratan teknis yang berlaku. Sedangkan yang dimaksud dengan Persyaratan teknis adalah parameter elektrik/elektronik, persyaratan keselamatan dan atau persyaratan *electromagnetic compatibility* yang sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) atau yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi. Sertifikat alat dan perangkat telekomunikasi memiliki masa aktif selama 3 tahun dihitung sejak diterbitkan Oleh Direktorat Standardisasi Postel dan dapat diperpanjang lagi masa aktifnya.

Sertifikasi tersebut terdiri dari 2 jenis yaitu :

1. Sertifikat A untuk Pabrikan dan Distributor.
2. Sertifikat B untuk Importir dan Institusi

Sertifikat tersebut memberikan informasi tentang alat dan perangkat yang meliputi :

1. Nomer sertifikasi
2. Nomer ID pelanggan
3. Nama perusahaan pengaju sertifikasi
4. Alamat perusahaan
5. Refrensi
6. Jenis Alat/Perangkat
7. Buatan
8. Merek
9. Model/type
10. Tanggal terbit
11. Keterangan

Alur proses sertifikasi sebagaimana yang disyaratkan oleh Ditjen Pos dan Telekomunikasi adalah:



Dengan memiliki sertifikat tersebut bagi pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang telekomunikasi, dapat mengekspor dan mengimpor produk alat dan perangkat telekomunikasi dari negeri ini dan diperjual belikan. Bagi para pengguna atau konsumen yang membeli alat dan perangkat telekomunikasi yang telah memiliki sertifikat mendapat jaminan bahwa perangkat tersebut dapat bekerja dengan baik dan bila dioperasikan alat/perangkat tersebut tidak mengganggu jaringan telekomunikasi yang ada.

Namun, ketentuan Pemerintah mengenai adanya dua jenis sertifikat yaitu sertifikat A dan B dinilai oleh sebagian pihak tidak perlu. Kebijakan pemerintah mengenai kewajiban sertifikasi B bagi para pengimpor perangkat telekomunikasi dinilai hanya akan menimbulkan tumpang tindih terhadap sertifikasi A yang selama ini sudah berjalan seperti yang dikemukakan oleh Masyarakat Telematika Indonesia. Esensi dari sertifikasi perangkat telekomunikasi adalah untuk menjaga kompatibilitas perangkat yang satu dengan yang lain, oleh karena itu seharusnya sertifikat ini melekat pada perangkat bukan terhadap instansi yang mendistribusikan perangkat tersebut. Namun menurut pelaksanaannya, sertifikasi ini justru lebih mementingkan pada setiap instansi. Sertifikat A mewajibkan pabrikan untuk membuat sertifikasi

pada setiap tipe perangkat yang mereka buat, kemudian para distributor dan importir diharuskan untuk membuat sertifikat B lagi. Pemerintah menanggapi hal ini dengan mengatakan bahwa sertifikat B mempunyai tujuan untuk mencegah terjadinya *Black Market*. Alasan ini dinilai tidak masuk akal karena jika pemerintah ingin mencegah terjadinya *Black Market* seharusnya proses impor dipermudah sehingga importir tidak mencari jalan mudah untuk mengimpor. Hal ini juga dapat memberi dampak buruk bagi konsumen karena dengan adanya sertifikasi ganda ini kemungkinan besar harga-harga produk tersebut menjadi semakin mahal. Kewajiban sertifikasi pada pabrikan dan importir akan menambah biaya operasional dari produk yang bersangkutan.¹¹⁷

Label sertifikasi merupakan tanda bukti perangkat telekomunikasi telah mendapatkan sertifikasi Postel dan perangkat telekomunikasi telah lulus dari pengujian perangkat yang dilakukan oleh Balai uji Ditjen Postel. Perangkat yang telah mendapatkan sertifikasi resmi dari Ditjen Postel wajib diberikan label berupa Nomer sertifikasi dan Nomer ID pelanggan pada setiap alat/perangkat telekomunikasi yang telah bersertifikat. Dalam label yang tidak dapat diletakan pada alat/perangkat telekomunikasi maka label wajib diletakan pada kemasan, pembungkus atau buku manual alat/perangkat telekomunikasi tersebut, selambat-lambatnya 30 hari sejak diterbitkan sertifikat.

Proses sertifikasi yang dilakukan oleh Departemen Kominfo, khususnya Ditjen Postel, telah berjalan dengan terbuka dan obyektif. Masyarakat umum dapat dengan mudah mengakses informasi tentang sertifikasi di situs resmi milik pemerintah yaitu di situs Ditjen Postel dengan alamat www.postel.go.id. Hal ini memudahkan masyarakat dalam memeriksa produk-produk apa saja yang telah memperoleh sertifikasi sehingga kepentingan konsumen terpenuhi, selain itu dipenuhi juga unsur pengawasan oleh masyarakat sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

¹¹⁷ <www.kompas.com>, diakses tanggal 1 November 2010.

3.2.3.1 Perkembangan Penertiban Sertifikat Peralatan

Penerbitan sertifikat perangkat telekomunikasi yang menunjukkan kecenderungan peningkatan dalam empat tahun terakhir rata-rata 53% per tahun dari tahun 2006 sampai 2009, cenderung menurun pada tahun 2010. Sampai dengan semester I tahun 2010, total jumlah sertifikat yang telah diterbitkan baru sebanyak 2107 atau baru 44% dari tahun sebelumnya. Potensial penurunan terutama untuk sertifikat baru dan sertifikat revisi. Untuk sertifikat baru, sampai dengan semester I 2010, penerbitan sertifikatnya baru sebanyak 1823 atau 44,4% dibanding tahun sebelumnya. Sementara untuk sertifikat revisi baru sebanyak 51 buah atau hanya 17% dari tahun sebelumnya. Padahal untuk kedua jenis sertifikat tersebut, pertumbuhan penerbitannya dalam 4 tahun terakhir rata-rata mencapai 53,4% per tahun untuk sertifikat baru dan 165% per tahun untuk sertifikat revisi.¹¹⁸

Tabel Jumlah Penerbitan Sertifikat untuk masing-masing Jenis 2005-2009

Jenis sertifikat	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
Sertifikat baru	596	1207	1882	3551	4104	1823
Perpanjangan	N.A	119	102	55	243	166
Revisi		70	158	56	299	51
Perpanjangan dan revisi		4	52	40	106	67
Jumlah	596	1400	2194	3701	4755	2107

*sampai Juni 2010

Sumber www.postel.go.id

Standardisasi perangkat menjadi sangat diperlukan ketika arus keluar dan masuk perangkat telekomunikasi dari dan ke Indonesia menunjukkan besaran yang tinggi. Dalam hal ini, sertifikasi untuk standardisasi diperlukan untuk memastikan bahwa perangkat yang masuk ke Indonesia layak untuk digunakan di wilayah Indonesia. Neraca perdagangan perangkat telekomunikasi yang menunjukkan arus

¹¹⁸ <www.postel.go.id>, diakses pada tanggal 1 November 2010

keluar (ekspor) dan masuk (impor) perangkat telekomunikasi dari dan ke Indonesia memberikan gambaran tentang besarnya arus keluar dan terutama masuknya perangkat telekomunikasi ke Indonesia yang membutuhkan perhatian dari bidang standardisasi perangkat. Serbuan perangkat telekomunikasi asal impor yang semakin deras membuat standardisasi perangkat menjadi semakin penting untuk menjamin kelayakan dan keamanan dari perangkat telekomunikasi tersebut untuk digunakan.

3.2.4 Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Garansi

Ketentuan mengenai petunjuk penggunaan dan kartu garansi diatur didalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Garansi dan Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Elektronik dan Informatika.

Setiap perangkat telekomunikasi yang beredar di Indonesia harus memenuhi persyaratan mencantumkan petunjuk penggunaan dalam Bahasa Indonesia dan juga menyediakan layanan purna jual, sebagaimana yang ditetapkan dalam Pasal 2:

“Setiap produk telematika dan elektronika yang diproduksi dan/atau diimpor untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri wajib dilengkapi dengan petunjuk penggunaan dan kartu jaminan dalam Bahasa Indonesia.”¹¹⁹

Petunjuk Penggunaan (manual) dalam Bahasa Indonesia yang selanjutnya disebut petunjuk penggunaan adalah buku, lembaran, atau bentuk lainnya yang berisi petunjuk atau cara menggunakan produk telematika dan elektronika.¹²⁰ Petunjuk penggunaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) harus memuat informasi sekurang-kurangnya mengenai:

¹¹⁹Indonesia (i), Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/ Garansi Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Telematika dan Elektronika.

¹²⁰ *Ibid*, Pasal 1 angka 7.

- a. Nama dan alamat tempat usaha produsen (perusahaan/pabrik) untuk produk dalam negeri;
- b. Nama dan alamat tempat usaha importir untuk produk impor;
- c. Merek, jenis, tipe, dan/atau model produk;
- d. Spesifikasi produk;
- e. Cara penggunaan sesuai fungsi produk; dan
- f. Petunjuk pemeliharaan.¹²¹

Sedangkan pengertian kartu jaminan/garansi purna jual dalam Bahasa Indonesia yang selanjutnya disebut kartu jaminan adalah kartu yang menyatakan adanya jaminan ketersediaan suku cadang serta fasilitas dan pelayanan purna jual produk telematika dan elektronika.¹²² Kartu jaminan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) harus memuat informasi sekurang-kurangnya:

- a. Masa garansi;
- b. Biaya perbaikan gratis selama masa garansi yang diperjanjikan;
- c. Pemberian pelayanan purna jual berupa jaminan ketersediaan suku cadang dalam masa garansi dan pasca garansi;
- d. Nama dan alamat pusat pelayanan purna jual (*service center*);
- e. Nama dan alamat tempat usaha produsen (perusahaan/pabrik) untuk produk dalam negeri; dan
- f. Nama dan alamat tempat usaha importir untuk produk impor.¹²³

Pendaftaran petunjuk penggunaan dan kartu jaminan produk telematika dan elektronika dilakukan sebelum produk beredar di pasar dalam negeri. Pendaftaran dilakukan oleh produsen untuk produk yang berasal dari negeri dan oleh importir untuk produk yang berasal dari luar negeri

¹²¹ *Ibid*, Pasal 3 ayat (1).

¹²² *Ibid*, Pasal 1 angka 8.

¹²³ *Ibid*, Pasal 3 ayat (2).

Layanan purna jual juga diakomodasikan dalam beberapa pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen walaupun hanya dalam rumusan yang umum. Pasal 25 menyatakan bahwa pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya satu tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan. Pelaku usaha tersebut wajib bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen jika pelaku usaha itu tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan, juga jika ia tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Kartu jaminan berkaitan erat dengan pelayanan purna jual, baik selama masa garansi maupun pasca garansi. Layanan purna jual merupakan kepentingan konsumen yang sangat vital dewasa ini. Perkembangan teknologi yang cepat sering membuat produsen harus mengubah tipe-tipe produknya mengikuti selera dan kebutuhan konsumen yang terus berganti dalam waktu singkat. Akibatnya, jika ada kerusakan dari suatu tipe produk, konsumen sering menghadapi kendala memperbaiki barangnya karena ketiadaan suku cadang atau pelayanan yang kurang memuaskan.¹²⁴

Layanan purna jual sebenarnya meliputi permasalahan yang lebih luas, terutama mencakup masalah kepastian atas:

- a. ganti rugi jika barang/jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian semula;
- b. barang yang digunakan, jika mengalami kerusakan tertentu, dapat diperbaiki secara cuma-cuma selama jangka waktu garansi;
- c. suku cadang selalu tersedia dalam jumlah cukup dan tersebar luas dalam jangka waktu yang relatif lama setelah transaksi konsumen dilakukan.¹²⁵

Persyaratan teknis untuk pusat pelayanan purna jual (*service center*) produk telematika dan elektronika antara lain:

1. Ruang kerja tetap dan/atau bergerak.

¹²⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta:Grasindo, 2000), hal. 105.

¹²⁵ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hal. 127.

2. Tenaga teknik yang kompeten di bidang servis produk telematika dan elektronika dan akses terhadap perkembangan teknologi perbaikan.
3. Memiliki sistem manajemen pusat pelayanan purna jual (*service center*), meliputi antara lain Standar Operasional Prosedur (SOP) atau pedoman teknik/pedoman servis pemeriksaan, perawatan, perbaikan, dan penggantian.
4. Memiliki peralatan berupa mesin, alat perkakas, atau alat pengetesan/pengujian yang diperlukan untuk perawatan dan perbaikan barang bagian, komponen, dan/atau asesorisnya.
5. Ketersediaan bagian, komponen, dan asesoris yang mempengaruhi fungsi dan kegunaan barang yang diperlukan untuk kegiatan perawatan, perbaikan, dan/atau penggantian.
6. Ketersediaan pelatihan bagi petugas pemeriksaan, perawatan (*service*) berkala, perbaikan dan/atau penggantian guna meningkatkan keterampilan dan kompetensi tenaga teknik.
7. Sarana komunikasi yang diperlukan untuk berhubungan dengan pelanggan.¹²⁶

Kementerian Perdagangan telah menerbitkan sedikitnya 341 tanda pendaftaran wajib dari 45 produk telematika dan elektronik yang terkait dengan kewajiban manual dan kartu garansi purnajual dalam bahasa Indonesia sejak efektif berlaku pada Agustus 2009. Telepon seluler berada pada angka 40 pada daftar tersebut. Sementara itu, Kementerian Perdagangan juga akan memaksimalkan langkah pengawasan terhadap implementasi kewajiban pencantuman nomor tanda pendaftaran pada manual dan kartu jaminan tersebut melalui pemantauan di titik-titik peredaran produk telematika dan elektronik.¹²⁷

Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan mengatakan pada dasarnya pelaku usaha sangat responsif menanggapi ketentuan kewajiban tersebut. Oleh karena itu, sejak resmi

¹²⁶ Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009.

¹²⁷ Marian Y. Benyamin, *341 Tanda Wajib Manual Bahasa Indonesia Dikeluarkan*, <<http://bataviase.co.id/node/199879>>, diakses tanggal 1 Oktober 2010.

diberlakukan, banyak produsen atau importir yang langsung mendaftarkan produknya dan mencantumkan nomor tanda pendaftaran pada petunjuk penggunaan (manual) dan kartu jaminan pada kemasan, sebagai salah satu syarat agar dapat diperdagangkan di pasar dalam negeri. Pada awalnya pendaftaran dari pelaku usaha relatif konstan, tetapi seiring dengan langkah pengawasan yang digencarkan Direktorat Pengawasan Barang dan Jasa Beredar Ditjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan, aktivitas pendaftaran dari produsen dan importir kian tinggi.¹²⁸

3.3 Standar Mutu Produk Perangkat Telekomunikasi

Ketentuan mengenai standar mutu produk diatur di dalam Peraturan Pemerintah No. 102 Tahun 1999 tentang Standardisasi Nasional. Pengertian standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya.¹²⁹ Indonesia sebagai salah satu anggota WTO, dan telah meratifikasi Persejutuan WTO melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1994, maka Indonesia terikat dengan semua ketentuan perjanjian yang terdapat dalam WTO. Salah satu akibat dari bergabungnya Indonesia menjadi anggota WTO adalah bebas dilakukannya perdagangan antar negara untuk mendorong perekonomian satu sama lain. Banyaknya barang yang masuk ke Indonesia membuat pengaturan mengenai standarisasi mutu produk sangat dibutuhkan untuk melindungi konsumen.

Standar didefinisikan sebagai suatu dokumen tertulis, yang naskah utamanya berisi ketentuan-ketentuan yang menunjukkan persyaratan yang perlu ditaati dan secara umum tidak bertentangan dengan standar atau kode lain, atau bila diadopsi

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ Indonesia (d), *Peraturan Pemerintah nomor 102 tahun 1999 tentang Standardisasi Nasional*, Pasal 1 angka 1.

menjadi ketentuan hukum tidak bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku. Definisi SNI menurut BSN adalah dokumen berisi ketentuan teknis (aturan, pedoman, atau karakteristik) dari suatu kegiatan atau hasilnya yang dirumuskan secara konsensus dan ditetapkan oleh instansi terkait untuk dipergunakan oleh *stakeholder* dengan tujuan mencapai keteraturan yang optimum ditinjau dari konteks keperluan tertentu.¹³⁰

Ketentuan mengenai standardisasi mutu untuk produk-produk elektronik ini. Tidak hanya yang diimpor dari negara lain, tetapi juga yang diproduksi dan dipasarkan di Indonesia. Dengan standardisasi itu konsumen memiliki akses informasi tentang kualitas suatu produk. Ini penting bagi konsumen, karena:

1. Konsumen memiliki wawasan lebih luas, untuk selanjutnya dapat menentukan pilihan suatu produk berdasarkan informasi yang dapat dipercaya.
2. Apabila di lapangan ditemukan produk yang tidak sesuai dengan standar yang dikeluarkan pemerintah, dan berakibat menimbulkan kerugian di pihak konsumen, konsumen dapat mengajukan tuntutan ganti rugi kepada produsen.

Sedangkan menurut Pasal 1 angka 11 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa, Standar adalah spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat keselamatan, keamanan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya.

Pasal 1 angka 12 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa, Standar Nasional Indonesia yang selanjutnya disebut SNI adalah standar yang ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN) yang berlaku secara nasional, dan menurut Pasal 1 angka 13 Peraturan Menteri Perdagangan

¹³⁰Bayang-Bayang, *Definisi Standar*, http://nspm-media.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=80:definisistandar&catid=52:umum-definisi&Itemid=56, diakses pada 27 Oktober 2010.

Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa, Standar Nasional Indonesia (SNI) wajib yang selanjutnya disebut SNI wajib adalah pemberlakuan SNI secara wajib di seluruh Indonesia yang ditetapkan oleh Menteri atau Menteri Teknis terkait. Tujuan dari kegiatan standardisasi pos dan telekomunikasi adalah :

- a. Pengamanan terhadap jaringan pos dan telekomunikasi, yang merupakan aset nasional.
- b. Menjamin interoperabilitas dan interkoneksi berbagai perangkat dalam jaringan pos dan telekomunikasi.
- c. Memberi kesempatan munculnya industri manufaktur nasional.
- d. Memberi perlindungan terhadap para pengguna jasa (operator dan masyarakat) pos dan telekomunikasi.
- e. Mengendalikan mutu perangkat.
- f. Memberi kesempatan produk nasional bersaing di pasar global.

Tujuan akhir kegiatan standardisasi adalah terwujudnya jaminan mutu. Dengan demikian standardisasi dapat digunakan sebagai alat kebijakan pemerintah untuk menata struktur ekonomi secara lebih baik dan memberikan perlindungan kepada umum. Standardisasi juga digunakan oleh Pemerintah untuk menunjang tercapainya tujuan-tujuan strategis antara lain peningkatan ekspor, peningkatan daya saing produk dalam negeri terhadap barang-barang impor, dan peningkatan efisiensi nasional. Penerapan Standardisasi merupakan kegiatan sertifikasi perangkat telekomunikasi yang dilaksanakan untuk mengetahui kesesuaian perangkat telekomunikasi dengan persyaratan teknis yang berlaku. Perumusan standardisasi perangkat telekomunikasi meliputi :

- a. Persyaratan Teknis, merupakan persyaratan-persyaratan teknis perangkat yang mengacu pada standardisasi Internasional (MIS.ITU, IEC/ISO, ETSI, dll)
- b. Rancangan Standardisasi Nasional Indonesia (SNI), merupakan rancangan yang disusun bersama instansi terkait yang berkepentingan sampai tercapainya konsensus.

- c. Daya laku bersifat sektoral
- d. Instansi teknis yang memprakarsai yaitu RSNI membantu BSN dalam perumusan rancangan dimaksud.
- e. Daya laku bersifat nasional¹³¹

Berdasarkan jenis penerapannya maka dikenal 2 (dua) macam Standar Nasional Indonesia (SNI) yakni:

1. Standar Wajib

Yang dimaksud dengan SNI Wajib adalah standar yang berkaitan untuk kepentingan keselamatan, kesehatan masyarakat atau keselamatan, keamanan, kesehatan masyarakat atau pelestarian fungsi lingkungan hidup dan/atau pertimbangan ekonomis, instansi teknis dapat memberlakukan secara wajib sebagian atau keseluruhan spesifikasi teknis dan/atau parameter dalam SNI.¹³² SNI ini ditetapkan melalui surat keputusan pemerintah.

2. Standar Sukarela

Yang dimaksud dengan SNI Sukarela adalah standar yang dapat menjadi wajib apabila termasuk dalam bagian kontrak.¹³³

Sayangnya di Indonesia belum ada SNI mengenai telepon seluler. Jadi kualitas dari perangkat telepon seluler yang beredar di Indonesia saat ini bergantung pada persyaratan teknis dan sertifikasi yang dilakukan oleh tim pengawas. Sedangkan untuk kegiatan perdagangan telepon seluler oleh importir, produsen ataupun penjual perangkat dibatasi oleh peraturan dan ketentuan sebagaimana yang telah disebutkan di atas yaitu izin usaha industri, nomor pengenal importir khusus serta ketentuan mengenai petunjuk penggunaan (manual) dan layanan purna jual.

¹³¹ <<http://www.postel.go.id/utama.aspx?MenuID=3&MenuItem=4>>, diakses tanggal 13 Desember 2010.

¹³² Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000*, Pasal 12 ayat (3).

Namun, Direktorat Standardisasi Dirjen Postel melakukan revisi regulasi spesifikasi teknis telepon seluler GSM dari Keputusan Dirjen Postel No. 181/DIRJEN/1998 menjadi Peraturan Dirjen Postel No. 370/DIRJEN/2010 tentang Penetapan Persyaratan Teknis Alat dan Perangkat Telekomunikasi Untuk Pesawat Telepon Seluler GSM, yang telah ditandatangani pada tanggal 5 November 2010. Revisi tersebut mengadopsi standar internasional ETSI TS 05.05, sehingga selain sebagai adaptasi terhadap perkembangan teknologi, revisi tersebut juga dilakukan untuk meningkatkan standar kualitas telepon seluler yang beredar di Indonesia.

Peraturan Dirjen Postel tersebut diharapkan pula dapat menjadi salah satu bentuk perlindungan terhadap konsumen dan untuk menjaga produk alat dan perangkat telekomunikasi yang dipakai dan beredar di Indonesia tetap mempunyai kualitas yang baik.¹³⁴

¹³⁴<www.depkominfo.go.id>, diakses pada tanggal 1 Desember 2010.

BAB 4
ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN
TERHADAP PENGGUNA PERANGKAT TELEKOMUNIKASI
(STUDI KASUS BLACKBERRY)

4.1 Peredaran Blackberry di Indonesia

4.1.1 Profil Research In Motion (RIM) Selaku Produsen Blackberry

Research In Motion, Ltd (RIM) merupakan sebuah perusahaan multinasional yang menghasilkan berbagai macam produk telekomunikasi. RIM didirikan oleh seorang pemuda yang berasal dari Yunani bernama Mike Lazaridis. Pada tahun 1984, dengan modal pinjaman dari teman dan keluarganya, Mike Lazaridis dan dua temannya mendirikan RIM di Waterloo, Ontario, Kanada. RIM saat ini memiliki kantor cabang di Amerika Utara, Eropa dan Asia-Pasifik. Mike Lazaridis yang saat ini berumur 49 tahun berstatus sebagai *Co-Founder, Co-Chief Executive Officer*, Presiden Direktur dan Anggota Komite Perencanaan Strategis di perusahaan RIM. Blackberry begitu mendunia sehingga majalah Time di tahun 2005 menetapkan Mike Lazaridis sebagai salah satu orang yang berpengaruh di dunia.

Research In Motion Limited merancang, menghasilkan, dan memasarkan perangkat nirkabel (tanpa kabel) untuk pasar komunikasi dunia. Perusahaan ini mengembangkan perangkat keras terpadu, perangkat lunak, dan layanan yang mendukung berbagai standar jaringan nirkabel, menyediakan solusi untuk akses telepon seluler canggih tanpa batas ke berbagai informasi yang perlu direspon dengan cepat, termasuk surat elektronik (*e-mail*), telepon, layanan pesan singkat (sms), internet, dan lainnya.¹³⁵

RIM terkenal karena telah menciptakan *smartphone* BlackBerry dan menyediakan solusi yang memungkinkan akses ke berbagai informasi dengan cepat melalui *email*, telepon, pesan teks, internet, dan berbagai aplikasi lainnya. Sejak saat

¹³⁵ <www.blackberry.com>, diakses pada tanggal 20 November 2010.

itu BlackBerry terus berkembang baik dari sisi perangkatnya yang makin canggih, solusi layanan, serta perusahaan *hardware* dan *software* yang mendukungnya.¹³⁶

4.1.2 Pengertian Blackberry

BlackBerry adalah perangkat genggam nirkabel yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon selular, sms, faksimili Internet, menjelajah Internet, dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya. Blackberry dimasukkan di dalam kategori *smartphone* karena kemampuannya. Pertama kali Blackberry diperkenalkan pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, Research In Motion (RIM).¹³⁷

Blackberry pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub. Perusahaan Starhub merupakan rekanan utama Blackberry. Di Indonesia, Starhub menjadi bagian dari layanan dalam segala hal teknis mengenai instalasi Blackberry melalui operator Indosat.

Produk yang menjadi andalan utama dan membuat BlackBerry digemari di pasar adalah surat-e gegas (*push e-mail*). Dengan *push e-mail* semua e-mail masuk dapat diteruskan langsung ke ponsel. *E-mail* juga sudah mengalami proses kompresi dan *scan* di server BlackBerry sehingga aman dari virus. Lampiran file berupa dokumen *Microsoft office* dan PDF dapat dibuka dengan mudah, jadi sebuah *e-mail* berukuran 1 MB, jika diterima melalui *push e-mail* dapat menjadi 10 kb dengan isi yang tetap. BlackBerry juga dapat digunakan untuk *chatting*. Mirip dengan *Yahoo Messenger*, namun dilakukan melalui jaringan BlackBerry dengan memasukkan nomor identitas yang disebut PIN. Aplikasi ini dinamakan *Blackberry Messenger*, yang memungkinkan sesama pengguna Blackberry dapat *chatting* tanpa dikenakan biaya tambahan. Untuk browsing internet data-data dari *website* sudah dikompresi sehingga lebih cepat dibuka. Fasilitas lain yang menjadi andalan BlackBerry adalah pesan instan. *Yahoo Messenger*, *Google Talk* dan *Skype* kini telah menjadi rekanan dengan BlackBerry.

¹³⁶ *Ibid.*

¹³⁷ <www.wikipedia.com>, diakses pada tanggal 20 November 2010.

4.1.3 Permasalahan Layanan Purna Jual Blackberry

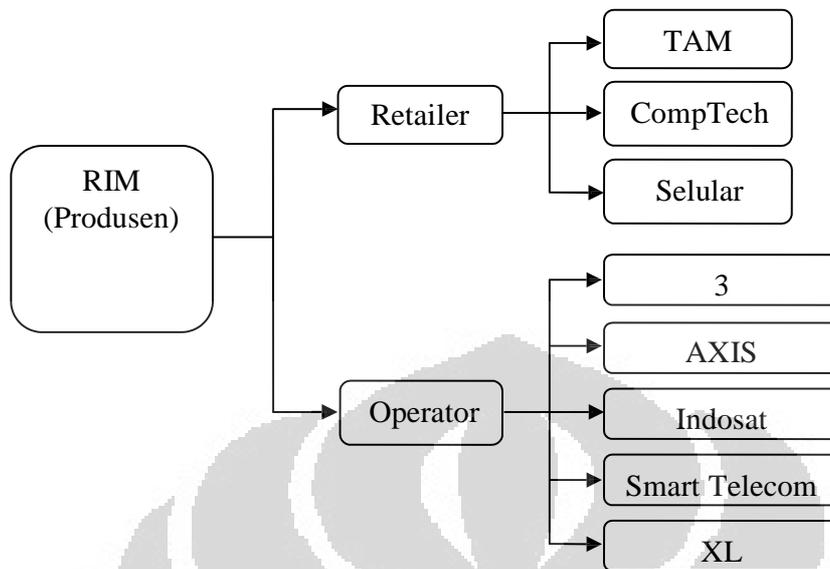
Pada pertengahan tahun lalu, sertifikasi terhadap Blackberry jenis baru sempat dibekukan oleh Departemen Komunikasi dan Telekomunikasi (DEPKOMINFO) dikarenakan Blackberry tidak memenuhi ketentuan yaitu tanggung jawab pelaku usaha dalam menyediakan layanan purna jual.¹³⁸ Hal ini menyebabkan RIM tidak memperoleh izin untuk mengedarkan perangkat model terbarunya di Indonesia sebelum mendirikan layanan purna jual (*RIM-Authorized Repair Facility*). Hal ini tidaklah berlebihan karena banyaknya keluhan pengguna Blackberry yang berhubungan dengan klaim garansi. Selama ini pengguna yang perangkatnya rusak harus menunggu lama untuk perbaikan karena perangkat dikirim ke Singapura dimana terdapat layanan purna jual Blackberry RIM terdekat dari Indonesia. Namun, setelah mendapat tekanan dari pemerintah untuk mendirikan layanan purna jual, akhirnya pada tanggal 21 Agustus 2009 RIM telah mengumumkan secara resmi *RIM authorized repair-facility* telah beroperasi. Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo) bersama Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) akhirnya menyatakan bahwa mereka dapat menerima secara prinsip kelengkapan, mekanisme, dan prosedur yang dimiliki fasilitas layanan perbaikan resmi RIM (*RIM-Authorized Repair Facility*) di Indonesia. Pada hakekatnya, Departemen Kominfo dan BRTI tetap berpendapat bahwa *RIM-Authorized Repair Facility* di Jakarta ini sifatnya harus *total solution* sama seperti yang menjadi persyaratan internasional, sehingga jika ada kerusakan yang cukup berat perangkat tidak perlu dikirim ke *RIM-Authorized Repair Facility* di negara lain yang terdekat dengan Indonesia. Bahkan Departemen Kominfo dan BRTI menghendaki agar kapasitas *RIM-Authorized Repair Facility* yang ada di Jakarta ini harus lebih besar dibandingkan dengan yang berada di negara-negara sekitar Asia mengingat pertumbuhan BlackBerry di Indonesia tercatat yang paling tinggi untuk kawasan ini. Layanan purna jual ini harus SNI (Standar Nasional Indonesia) yang diterbitkan oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) khususnya untuk matriks klasifikasi pusat pelayanan purna jual.

¹³⁸ Wawancara dengan Bapak Gatot S. Dewa Broto, Kepala Pusat Informasi dan Humas Departemen Kominfo, via telepon, dilakukan pada tanggal 2 September 2010.

Namun kelemahan purna jual ini terletak pada aksesnya. Pengguna yang Blackberry-nya rusak tidak dapat langsung membawa perangkatnya sendiri kesana tapi melalui pihak yang berafiliasi dengan RIM kemudian pihak tersebut yang akan membawa kesana. Misalnya, seorang pengguna membeli perangkat Blackberry dibawah garansi Selular, maka jika perangkatnya rusak dapat dibawa terlebih dahulu ke Selular baru nanti pihak Selular yang akan membawanya ke *RIM authorized repair facility*. Jadi layanan purna jual RIM tidak berhubungan langsung dengan pengguna. Hal ini berbeda dengan layanan purna jual telepon seluler merk lainnya yang berhubungan langsung dengan pengguna yang perangkatnya mengalami kerusakan.

4.1.4 Macam-macam Garansi Blackberry di Indonesia

Dalam prakteknya, di Indonesia terdapat dua jenis garansi Blackberry dilihat dari pihak yang memasarkan dan mengimpor ke Indonesia. Yang pertama adalah pihak yang terafiliasi langsung dengan pihak RIM, yaitu pihak yang telah menandatangani kontrak kerjasama dengan RIM untuk menjual Blackberry di Indonesia. Di dalam situs resmi milik RIM disebutkan pihak-pihak yang terafiliasi langsung dengannya untuk memasarkan Blackberry di Indonesia antara lain operator penyedia layanan Blackberry seperti Telkomsel, Axis, XL, Indosat dan tiga distributor lokal, yaitu PT Teletama Artha Mandiri, PT Comtech Cellular, dan PT Selular Media Infotama. Bagi pengguna Blackberry yang dibeli dari pihak-pihak yang terafiliasi dengan RIM ini, RIM telah menyediakan layanan purna jualnya yang telah didirikan pada Agustus 2009 lalu, jadi perangkat pengguna dapat diperbaiki tanpa harus dibawa ke Singapura. Distribusi Peredaran Blackberry dari RIM:



Berdasarkan ketentuan yang berlaku, yaitu Peraturan Menteri Kominfo No. 29/PER/KOMINFO/9/2008 tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi, maka produsen, distributor, importir alat telekomunikasi, utamanya lagi untuk *Customer Premises Equipment* (CPE) seperti *handphone*, *smartphone* dan lain-lain yang telah memenuhi persyaratan dapat melakukan importasi alat/perangkat telekomunikasi, termasuk disyaratkan juga agar memberikan garansi serta layanan purna jual (*service center*) atas produk jualannya. Berdasarkan ketentuan di atas maka importir lain juga berhak untuk mengimpor perangkat Blackberry selama telah memenuhi semua ketentuan hukum untuk mengimpor dan mengedarkan telepon seluler yang berlaku di Indonesia. Jadi importir ini juga mengimpor Blackberry walaupun pihaknya tidak terafiliasi langsung dengan RIM, namun telah memenuhi semua ketentuan untuk dapat mengimpor Blackberry menurut hukum di Indonesia. Di luar mereka yang berafiliasi dengan RIM itu, saat ini ada 47 distributor BlackBerry yang memiliki izin resmi. Tapi, mereka tidak memiliki hubungan *business to business* dengan produsen ponsel pintar asal Kanada itu. Contohnya antara lain adalah Trikonsel, T-Cell, AT&T, dan lain-lain.

4.2 Kasus Posisi

Kasus 1

Kasus ini dialami oleh pengguna Blackberry yang bernama Malla. Pada tanggal 27 Agustus 2010, Malla membeli BlackBerry tipe 9700 Onyx di Toko Berry Solution ITC Roxy Mas Lt. 2 atas referensi seorang temannya. Blackberry tersebut bergaransi T-Cell dan telah memiliki cap dari Ditjen Postel Kemkominfo pada perangkatnya. Tetapi, baru dua minggu setelah pembelian yaitu tepatnya tanggal 7 September 2010, Blackberry tersebut mengalami kerusakan. Awalnya ketika Malla hendak mengaktifkan *music player* di perangkatnya, tiba-tiba terdengar bunyi 'kresek-kresek' pada *speaker* dan suaranya tiba-tiba hilang. Perangkat tersebut kemudian *reboot* dengan sendirinya. Setelah Blackberry menyala kembali, Malla mencoba kembali menyalakan *music player* dan tidak ada suara apapun. Hal ini berulang sampai tiga kali.

Tanggal 8 September 2010 Malla mendatangi *service center* yang berada di ITC Roxy Mas Lt.4 untuk memperbaiki perangkatnya. Malla menjelaskan masalah yang terjadi pada perangkatnya kepada *Customer Service* yang ada di sana. Pada saat itu *Customer Service* mengatakan kalau mengganti *speaker* harus menunggu satu minggu, sedangkan kalau untuk masalah *restart* sendiri kemungkinan hanya masalah *software* dan hanya perlu *up grade software*-nya yang hanya menunggu lima belas menit. Ternyata setelah itu Blackberry-nya masih suka *restart* sendiri secara tiba-tiba, sedangkan untuk masalah *speaker* atau audio, Malla memutuskan untuk kembali setelah Hari Raya Idul Fitri. Tepatnya tanggal 14 September 2010, Malla datang lagi ke *Service Center* T-Cell, *Customer Service* mengatakan bahwa perangkat milik Malla harus ditinggal dan waktu perbaikan paling cepat adalah tiga hari.

Pada hari Kamis, 16 September, Malla melepon ke *Service Center*. Menurut *Customer Service*, *Blackberry* Malla masih dalam status perbaikan dan baru dapat diambil hari Sabtu. Pada hari Sabtu Malla datang kembali ternyata perangkat *Blackberry*-nya belum selesai. *Service center* mengatakan bahwa teknisi yang memperbaiki perangkat Malla tidak masuk kerja pada hari itu, sedangkan pegawai yang lainnya tidak mengetahui status perbaikan *Blackberry* Malla sudah sejauh mana

dan tidak dapat digantikan dengan teknisi lainnya. *Customer service* kembali mengatakan kalau kemungkinan hari Senin siang sudah selesai. Tepat hari Senin, 20 September 2010, Malla kembali menelepon *service center* T-Cell dan menanyakan apakah *Blackberry*-nya sudah dapat diambil, namun pihak *customer service* (CS) masih mengatakan kalau *Blackberry* belum dapat diambil karena masih dalam keadaan perbaikan. Dia berjanji akan menelepon Malla apabila sudah selesai. Pada saat ditelepon, Malla menegaskan kalau perangkat tersebut harus selesai hari ini juga karena sudah satu minggu dalam masa perbaikan dan sudah berkali-kali diundur-undur waktu penyelesaian perbaikannya. Malla membutuhkan perangkat tersebut untuk menyelesaikan pekerjaan yang sudah satu minggu ini tertunda.

Hari itu pada jam tiga, CS tersebut menelepon Malla. Malla terkejut karena CS mengatakan bahwa kerusakan *Blackberry*-nya termasuk kerusakan berat, bukan masalah di audionya saja tetapi IC-nya terkena masalah. CS juga mengatakan perangkat tersebut harus dikirim ke kantor pusat dan harus menunggu dua minggu lagi untuk perbaikan.

Malla sangat kecewa dengan *service* yang diberikan, sudah satu minggu telepon selulernya ada di *service center* tersebut dan CS selalu mengatakan kalau perangkat Malla masih dalam proses *service*. Tapi, kenapa baru hari ini ketahuan kalau ada masalah IC padahal perangkat sudah ditahan di sana cukup lama, mengapa teknisinya tidak memberitahunya dari seminggu kemarin. Selain itu, yang lebih penting lagi, masalah ini adalah masalah pabrik, tidak ada kesalahan dari pemakaian yang tidak wajar. Malla merasa seharusnya dapat mendapatkan penggantian unit perangkat baru. Sebagai informasi tambahan, Malla juga bekerja di *principal handphone*, dan Malla mengetahui tentang prosedur perbaikan telepon seluler yang seharusnya tidak seperti ini. Malla berharap kepada T-Cell atau Berry Solution agar menjual BlackBerry dengan kualitas yang sepadan dengan harganya karena harga BlackBerry tidaklah murah.¹³⁹

¹³⁹ “Berry Solution dan Service Center yang Banyak Masalah”, 21 September 2010, pukul 11:58 WIB, < <http://suarapembaca.detik.com/read/2010/09/21/115858/1444589/283/berry-solution-dan-service-center-t-cell-yang-banyak-masalah>>, diakses pada tanggal 6 Oktober 2010.

Kasus 2

Kasus lainnya dialami oleh Dwi Rahmawaty. Pada tanggal 9 September 2010, Dwi membeli BlackBerry dengan tipe Onyx 9700 bergaransi Selular di Electronic Solution (ES) yang berada di Pejaten Village. Namun, keesokan harinya pada tanggal 10 September 2010 BlackBerry Onyx 9700 itu langsung mati total sehingga dapat dikatakan umur BlackBerry itu hanya beberapa jam saja. Tanggal 10 September 2010 itu bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitri maka Dwi baru kembali ke ES di Pejaten Village pada tanggal 11 September 2010, untuk meminta pertanggung jawaban pihak ES agar dapat mengganti dengan perangkat yang baru mengingat perangkat tersebut sudah rusak hanya dalam hitungan jam.

Jawaban dari pihak ES sungguh sangat mengecewakan bagi Dwi serta membuat Dwi marah, pihak ES menyatakan bahwa perangkat sudah bukan merupakan tanggung jawab pihak ES lagi, karena BlackBerry tersebut mati setelah barang keluar dari tempat ES, selain itu karena BlackBerry itu garansi dari Selular maka pihak ES menganjurkan agar perangkat tersebut dibawa ke *service center* Selular yang terdekat yaitu yang berada di Pondok Indah Mall. ES juga menyatakan bahwa nanti semua keputusan ada di Selular apakah BlackBerry milik Dwi harus di-service atau akan diganti dengan perangkat yang baru.

Dwi langsung menuju ke Service Center Selular yang ada di Pondok Indah Mall setelah keluar dari ES Pejaten Village. Ketika Dwi sampai di sana ternyata Service Center masih dalam proses renovasi. Kemudian Dwi datang ke Selular (hanya tempat penjualan unit saja) untuk meminta pertanggungjawaban dari mereka. Tetapi, mereka menyuruh Dwi untuk datang ke *Service Center* Selular yang ada di Mall Taman Anggrek.

Keesokan harinya pada tanggal 12 September 2010, Dwi mendatangi Service Center BlackBerry Selular di Mall Taman Anggrek untuk meminta pertanggungjawaban mereka sekaligus bermaksud untuk meminta penggantian *handset* yang baru karena pihak ES mengatakan bahwa keputusan ada di pihak *Service Center* Selular. Tapi ternyata pihak *Service Center* Selular Mall Taman Anggrek mengatakan bahwa keputusan apakah dapat diganti dengan *handset* baru

atau harus diservice itu ada di pihak pusat service Blackberry, jika Dwi mau *service center* Selular dapat menyediakan layanan service namun tidak dapat mengganti dengan perangkat yang baru.

Dengan sangat terpaksa dan kecewa sekali pada saat itu juga Dwi meninggalkan Blackberry-nya di *service center* Selular Mall Taman Anggrek. Pihak *service center* mengatakan *handset* Dwi akan dikirim ke Pusat Service Blackberry pada hari Selasa, 14 September 2010, karena pada tanggal tersebut Pusat Service Blackberry baru buka kembali. Ternyata pada tanggal 15 September 2010, pihak Service Center Selular yang berada di Mall Taman Anggrek mengatakan, "Setelah dicek sama teknisi kami (Service Center Blackberry - Selular Mall Taman Anggrek), ternyata Blackberry Mbak rusak bukan dari *software* maupun baterainya, tetapi dari mesinnya. Jadi, Blackberry Mbak baru akan kami kirim ke Pusat Service Blackberry (RIM) hari ini dan waktu pengerjaannya 21 hari kerja."

Dwi berpendapat jika 21 hari kerja adalah waktu yang sangat lama. Seharusnya jika memang sudah jelas kerusakan itu pada mesinnya, mengapa tidak langsung diganti saja dengan *handset* yang baru. Kenapa harus diservice sedangkan Blackberry itu baru berumur 1 (satu) hari. Toko telepon seluler yang lainnya saja dapat memberikan garansi penggantian *handset* baru kalau ada kerusakan dalam waktu tiga hari, sedangkan toko ini yang sudah punya nama besar tidak mau mengganti. Dwi merasa benar-benar sangat dirugikan, baik dari segi waktu maupun materi.¹⁴⁰

4.3 Pelanggaran Perangkat Telekomunikasi Blackberry Terhadap Ketentuan Praktik Perdagangan Telepon Seluler oleh Pelaku Usaha

Permasalahan di atas hanya dua dari banyaknya keluhan para pengguna Blackberry yang tersebar di berbagai media massa baik cetak maupun elektronik. Perbedaan kedua kasus di atas yaitu pada kasus pertama Malla membeli Blackberry

¹⁴⁰ "Onyx dari Electronic Solution Garansi Selular Berumur Satu Hari", 22 September 2010, pukul 15:16 WIB, <<http://suarapembaca.detik.com/read/2010/09/22/151638/1445854/283/onyx-dari-electronic-solution-garansi-selular-shop-berumur-satu.-hari>>, diakses pada tanggal 6 Oktober 2010.

dibawah garansi T-Cell yang merupakan salah satu dari banyaknya importir perangkat Blackberry di Indonesia yang tidak berafiliasi langsung dengan RIM. Sedangkan pada kasus kedua, Dwi membeli Blackberry dibawah garansi Selular yang merupakan salah satu dari pihak yang berafiliasi langsung dengan RIM untuk mengedarkan Blackberry di Indonesia. Namun, permasalahan utama yang ada pada kedua kasus tersebut adalah sama yakni mengenai pelanggaran standar produk dan pada pelayanan purna jual Blackberry.

Dalam Pasal 1 angka 3 UUPK yang dimaksud pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia. Penjelasan Pasal 1 angka 3 UUPK menyebutkan maka yang termasuk pelaku usaha antara lain adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

Jika merujuk pada definisi pelaku usaha maka pada kasus di atas yang dapat disebut sebagai pihak pelaku usaha antara lain:

- a. RIM sebagai produsen satu-satunya dari perangkat Blackberry.
Pengertian produsen meliputi:
 - Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur
 - Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk
 - Siapa saja, yang dengan membubuhkan nama, merk, ataupun tanda-tanda lain pada produk yang menampakkannya dirinya sebagai produsen suatu barang.
- b. Selular dan T-Cell sebagai importir perangkat Blackberry ke Indonesia pada kasus di atas.
- c. Toko Berry solution dan toko Electronic Solution (ES) sebagai pedagang dan distributor perangkat Blackberry.

4.3.1 Penerapan Proses Uji Kelayakan Perangkat Telekomunikasi Blackberry Melalui Sertifikasi Alat dan Perangkat

Pada kasus di atas terjadi pelanggaran terhadap standar mutu perangkat Blackberry. Kerusakan yang terjadi pada perangkat tidak disebabkan oleh kelalaian

ataupun kesalahan pengguna. Baik Malla maupun Dwi tidak melakukan apapun, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, terhadap perangkatnya yang dapat menyebabkan kerusakan. Perangkat Malla tidak jatuh ataupun tercebur ke dalam air ataupun penggunaan yang tidak sesuai, namun secara tiba-tiba perangkat tersebut mengalami kerusakan pada *speaker*-nya.¹⁴¹ Blackberry yang dibeli oleh Malla memiliki garansi importir yang artinya Blackberry tersebut telah memenuhi ketentuan hukum Indonesia mengenai telepon seluler yang diperbolehkan beredar dan diperdagangkan. Blackberry Malla telah memperoleh sertifikasi dan lulus pengujian standar mutu karena telah terdaftar di Ditjen Postel Kemkominfo dan memiliki nomor pendaftaran di perangkatnya baik di kardus pembungkus maupun tertempel di baterai perangkat. Namun, sebagai importir yang telah memperoleh sertifikasi dan terdaftar T-Cell gagal untuk menyediakan perangkat yang mempunyai standar mutu yang sesuai dengan yang telah ditetapkan.

Blackberry milik Dwi yang bergaransi Selular memiliki garansi langsung dibawah naungan RIM. Namun standar mutu perangkat Blackberry-nya tidaklah juga terjamin. Blackberry yang baru dibeli dalam jangka waktu 24 jam sudah mati total tanpa dipicu oleh tindakan apapun yang dapat merusak perangkat.

Memang sangat disayangkan bahwa sampai saat ini, pemerintah melalui Badan Standardisasi Nasional (BSN) belumlah membentuk SNI untuk kategori telepon seluler. Namun setiap telepon seluler yang beredar diharuskan memiliki sertifikat dan melalui pengujian perangkat. Setidaknya pemerintah menyaratkan sebuah perangkat telekomunikasi haruslah lulus persyaratan teknis dan standar mutu produk untuk dapat memperoleh sertifikasi. Selain itu sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa telah dibentuk Keputusan Dirjen Postel No. 181/DIRJEN/1998 menjadi Peraturan Dirjen Postel No. 370/DIRJEN/2010 tentang Penetapan Persyaratan Teknis Alat dan Perangkat Telekomunikasi Untuk Pesawat Telepon Seluler GSM. Adanya tambahan perangkat hukum ini dapat menjadi tambahan perlindungan konsumen bagi pengguna Blackberry.

¹⁴¹ Wawancara dengan narasumber Malla melalui *e-mail*

Dalam hal ini, Selular di bawah naungan RIM melanggar Pasal 18 PP No. 102 Tahun 2000 tentang Standar Nasional, yaitu:

- Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau mengedarkan barang dan/atau jasa, yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan Standar Nasional Indonesia yang telah diberlakukan secara wajib.
- Pelaku usaha, yang barang atau jasanya telah memperoleh sertifikat produk dan/atau tanda Standar Nasional Indonesia dari lembaga sertifikasi produk, dilarang memproduksi dan mengedarkan barang dan atau jasa yang tidak memenuhi Standar Nasional Indonesia.

4.3.2 Pelanggaran T-Cell Dalam Ketentuan Layanan Purna Jual Blackberry

Pelayanan purna jual merupakan salah satu bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap konsumennya. Tetapi, di dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Garansi dan Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Elektronik dan Informatika, pelaku usah yang diwajibkan untuk menyediakan layanan purna jual hanyalah yang masuk ke dalam pengertian produsen dan pelaku usaha.

Selain itu, hal ini juga merupakan kewajiban pelaku usaha yang ditentukan oleh pemerintah untuk melindungi konsumen. Pemerintah telah membentuk Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor 7229 Tahun 2007 mengenai Ketentuan Umum Layanan Purna Jual. Ada dua jenis layanan purna jual dalam SNI yaitu layanan purna jual selama masa garansi dan layanan purna jual pasca garansi. Pelayanan purna jual selama masa garansi adalah jaminan pemeriksaan, perbaikan dan/atau penggantian bila barang atau komponennya tidak berfungsi dengan biaya ditanggung oleh prinsipal, selama barang digunakan atau dioperasikan secara benar sesuai dengan prosedur penggunaan yang ditetapkan. Sedangkan yang dimaksud dengan layanan purna jual pasca garansi adalah jaminan perawatan (*service*) berkala, perbaikan, penggantian dan ketersediaan komponen dari dua belas barang yang bersangkutan, ketersediaan teknologi, tenaga teknis yang kompeten serta bengkel

perawatan dan perbaikan yang disediakan dengan biaya dibebankan kepada konsumen.

Pada kedua kasus di atas, kerusakan terjadi pada masa garansi. Buruknya layanan purna jual yang diberikan sangatlah merugikan konsumen. Baik RIM maupun importir lainnya selaku pelaku usaha mempunyai kewajiban dalam menyediakan layanan purna jual yang memadai dan sesuai dengan ketentuan SNI Pelayanan Purna Jual.

Menurut SNI, pelayanan purna jual memiliki dua persyaratan yaitu persyaratan umum dan persyaratan khusus. Persyaratan umum antara lain meliputi:

- a. Identitas, spesifikasi dan karakteristik barang
- b. Identitas, spesifikasi dan karakteristik bagian, komponen, dan asesoris
- c. Cara penggunaan atau pengoperasian dan perawatan
- d. Cara penggunaan atau pengoperasian
- e. Cara perawatan
- f. Pedoman teknik atau pedoman servis
- g. Jaminan pelayanan purna jual
- h. Informasi lainnya

Sedangkan persyaratan teknis yang dimaksud yaitu prinsipal harus menyediakan bengkel perawatan dan perbaikan sebagai tempat pelayanan purna jual kepada konsumen. Prinsipal adalah perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum di luar negeri atau di dalam negeri yang bertanggung jawab dalam pelayanan purna jual atas penjualan barang yang dimiliki/dikuasai dengan atau tanpa menunjuk pihak lain. Bengkel tersebut dapat berupa bengkel milik prinsipal atau bengkel lain yang disubkontrak, dan minimal harus dilengkapi dengan hal-hal berikut:

- a. Ruang kerja tetap dan/atau bergerak.
- b. Peralatan berupa mesin, alat perkakas atau alat pengelasan/pengujian yang diperlukan untuk perawatan dan perbaikan barang bagian, komponen dan/atau asesorisnya.

- c. Tenaga teknik yang kompeten dan akses terhadap perkembangan teknologi perbaikan.
- d. Ketersediaan pelatihan bagi petugas pemeriksaan, perawatan (*service*) berkala, perbaikan dan/atau penggantian guna meningkatkan keterampilan dan kompetensi tenaga teknik.
- e. Ketersediaan bagian, komponen dan asesoris yang mempengaruhi fungsi dan kegunaan barang yang diperlukan untuk kegiatan perawatan, perbaikan dan/atau penggantian.
- f. Sarana komunikasi yang diperlukan untuk berhubungan dengan pelanggan.
- g. Standar Operasional Prosedur (SOP) atau pedoman teknik/pedoman servis pemeriksaan, perawatan, perbaikan dan penggantian.

Bengkel perawatan dan perbaikan sekurang-kurangnya harus melakukan kegiatan sebagai berikut:

- a. Melakukan pelayanan pemeriksaan dan/atau perawatan terhadap barang dan/atau bagian, komponen dan/atau asesoris sesuai dengan pedoman atau prosedur yang ditetapkan,
- b. Melakukan pelayanan perbaikan terhadap barang dan/atau bagian, komponen dan/atau aksesoris yang rusak/tidak sesuai/tidak berfungsi sesuai dengan pedoman atau prosedur yang ditetapkan,
- c. Melakukan pelayanan penggantian bagian, komponen dan/atau asesoris yang tidak berfungsi sesuai dengan pedoman atau prosedur yang ditetapkan,
- d. Membuat dan mendokumentasikan rekaman atau catatan-catatan yang berkaitan dengan pelayanan purna jual sekurang-kurangnya meliputi :
 - penerimaan suku cadang dan komponen;
 - penerimaan informasi yang berkaitan dengan pelayanan purna jual;
 - tuntutan dan keluhan konsumen;
 - penerimaan barang untuk perawatan dan perbaikan;
 - pemeriksaan barang untuk perawatan dan perbaikan;
 - perawatan dan perbaikan barang termasuk penggunaan/penggantian bagian, suku cadang dan atau komponen;

- penyerahan barang yang diperbaiki termasuk masa garansi perbaikan dan catatan tentang barang yang telah diperbaiki yang diserahkan kepada konsumen;
- nama tenaga teknik yang melakukan perawatan dan perbaikan.

4.4. Bentuk Pertanggungjawaban yang Harus Dilakukan RIM dan/atau Selular dan T-Cell Mengenai Pelanggaran Standar Mutu

Tiap perangkat telekomunikasi yang beredar di Indonesia haruslah memenuhi ketentuan hukum yang berlaku. Baik T-Cell maupun Selular telah melanggar ketentuan persyaratan teknis mengenai perangkat telekomunikasi, salah satunya adalah memenuhi standar yang telah ditetapkan sesuai SNI atau standar lainnya. Standar lainnya yang berlaku dapat berupa standardisasi yang ditetapkan oleh pelaku usaha dan/atau persyaratan teknis lain yang diberlakukan wajib oleh instansi teknis yang berwenang. Pelanggaran standar mutu yang dilakukan oleh kedua pelaku usaha di atas jelas terlihat pada rusaknya perangkat Blackberry tipe onyx milik Malla dan Dwi tanpa perlakuan yang salah dari pengguna, antara lain:

- a. Speaker Blackberry Malla muncul suara krek-krek
- b. Perangkat Blackberry Malla sering *restart* secara tiba-tiba
- c. Perangkat Blackberry Dwi mati total secara tiba-tiba dalam jangka waktu 24 jam dari waktu pembelian

Menurut SNI Pelayanan Purna Jual yang berlaku, Malla dan Dwi dapat menuntut pelayanan purna jual selama masa garansi karena Blackberry Malla rusak setelah dua minggu pemakaian sedangkan Blackberry Dwi lebih parah karena kerusakan terjadi hanya dalam waktu 24 jam setelah pembelian. Pelayanan purna jual selama masa garansi seharusnya menjamin:

1. Jaminan Pemeriksaan

Jaminan pemeriksaan merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh tiap prinsipal jika ada keluhan kerusakan mengenai perangkat Blackberry-nya dan meminta klaim garansi kepada prinsipal. Jaminan pemeriksaan diperlukan untuk mencari penyebab kerusakan pada perangkat atau agar kerusakan tidak semakin bertambah parah.

2. Jaminan Perbaikan

Perbaikan merupakan tindakan tindakan memperbaiki suatu barang yang tidak berfungsi agar dapat kembali berfungsi dengan baik. Tindakan ini mencakup pemeriksaan terhadap kerusakan, penyetelan ulang, pembersihan atau penggantian bagian, komponen dan/atau asesoris yang tidak memenuhi fungsinya. Pada kasus di atas, jaminan perbaikan tidak secara langsung diberikan oleh prinsipal. Baik Selular maupun T-Cell tidak mampu untuk memperbaiki perangkat tersebut sehingga harus dibawa ke bengkel perawatan pusat. Pada kasus pertama, setelah Malla memasukkan kasusnya di surat pembaca detik.com, beberapa hari kemudian pihak T-Cell menelpon dan memberitahu bila perangkat Blackberry-nya telah selesai diperbaiki.

3. Jaminan Penggantian

Penggantian adalah tindakan yang dilakukan oleh bengkel perawatan dan perbaikan terhadap barang yang tidak dapat memenuhi fungsi yang telah ditetapkan. Tindakan penggantian suatu barang dapat berupa penggantian barang secara utuh, bagian, komponen dan/atau asesoris. Blackberry Malla tidak memperoleh penggantian hanya perbaikan. Sedangkan untuk Blackberry Dwi yang mati total, terdapat beberapa penggantian untuk komponennya antara lain pada bagian *casing* depan, baterai dan tutup baterai.¹⁴² Penggantian pun baru dilakukan setelah Dwi memasukkan keluhannya ini ke surat pembaca detik.com, tepat sehari setelahnya pihak Selular menghubungi Dwi.

4.4.1 Tanggung Jawab Selular

RIM harus bertanggung jawab terhadap Blackberry yang dijual oleh Selular karena Selular adalah importir yang berafiliasi langsung dengan RIM. Artinya antara RIM dan Selular telah mengadakan kerja sama untuk dan memiliki kesepakatan untuk mengedarkan perangkat Blackberry di Indonesia. Dasar hukumnya adalah Pasal 1367 ayat (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa:

¹⁴² Wawancara dengan Dwi melalui email

“Seseorang tidak hanya bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri tetapi juga disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya, atau disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.”

Pelaku usaha bertanggung jawab terhadap cacat bagi produk yang diproduksinya. Tanggung jawab produk merupakan tanggung jawab yang dibebankan kepada pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 1504 KUH Perdata, pelaku usaha yang menjual wajib menjamin cacat yang tersembunyi yang terdapat pada barang yang dijualnya. Cacat itu harus cacat yang sungguh-sungguh bersifat sedemikian rupa yang menyebabkan barang itu tidak dapat dipergunakan dengan sempurna, sesuai dengan keperluan yang semestinya dihayati oleh benda itu sendiri atau cacat itu mengakibatkan berkurangnya manfaat benda tersebut dari tujuan pemakaian yang semestinya. Terkait dengan kasus atas rusak perangkat Blackberry tersebut, maka cacat tersembunyi pada perangkat telekomunikasi Blackberry di atas dapat dikategorikan sebagai cacat manufaktur. Cacat manufaktur yaitu keadaan produk yang umumnya berada di bawah tingkat harapan konsumen atau dapat pula cacat itu sedemikian rupa sehingga dapat merugikan konsumen secara finansial. Jadi, cacat manufaktur adalah apabila suatu produk dibuat tidak sesuai dengan persyaratan sehingga akibatnya produk tersebut tidak aman dan/atau tidak dapat digunakan konsumen.

Pasal 19 UUPK mengatur bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas kerusakan terhadap barang yang dihasilkan atau diperdagangkan. Kecacatan yang terdapat pada Blackberry yang dijual Selular maka Dwi dapat meminta pertanggungjawaban kepada RIM selaku produsen. Hal ini disebabkan karena dengan memproduksi atau mengedarkan Blackberry yang mengandung cacat tersembunyi tersebut, maka artinya pelaku usaha menjamin bahwa barang-barang yang diproduksi atau diedarkannya itu aman dan pantas untuk dipergunakan dan bilamana terbukti sebaliknya maka dia harus bertanggung jawab.

4.4.2 Tanggung Jawab T-Cell

Banyak sekali importir perangkat Blackberry di Indonesia. Salah satunya adalah T-Cell sebagai importir yang telah memperoleh ijin untuk mengedarkan Blackberry di Indonesia. T-Cell adalah importir yang tidak ditunjuk langsung oleh RIM untuk mengedarkan Blackberry di Indonesia, maka T-Cell berkedudukan sebagai importir yang bertanggung jawab atas semua perangkat Blackberry yang diimpor-nya. T-Cell sebagai importir harus menjamin standar mutu atas semua Blackberry yang diperdagangkannya. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 21 UUPK yang menyebutkan bahwa importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. Selain tanggung jawab atas setiap produknya, T-Cell juga turut memiliki tanggung jawab untuk menyediakan pelayanan purna jual yang memenuhi ketentuan SNI Pelayanan Purna Jual. Jika dilihat dari kedua kasus di atas maka banyak sekali pelanggaran ketentuan pelayanan purna jual yang dilanggar oleh purna jual T-Cell. Ketentuan SNI yang dilanggar baik persyaratan umum maupun persyaratan teknis, antara lain adalah:

1. Bengkel perawatan tidak dilengkapi dengan tenaga teknik yang kompeten

Di dalam pedoman teknik atau pedoman servis pelayanan purna jual, setiap bengkel perawatan dan perbaikan harus dilengkapi dengan pedoman kerja bagi tenaga teknik yang kompeten, berisi tentang pedoman teknik atau pedoman servis yang meliputi uraian teknis, skema proses serta skema rangkaian bagian, komponen dan asesoris; prosedur menemukan kesalahan teknis berdasarkan jenis kerusakan yang terjadi; prosedur perbaikan bagian, komponen dan asesoris; prosedur penggantian bagian, komponen dan asesoris yang sesuai; peringatan tentang cara perbaikan yang tidak benar yang dapat mengakibatkan kerusakan serta resiko keselamatan, keamanan, kesehatan dan lingkungan hidup, termasuk cara pembuangan dan cara menghindarinya. Pelanggaran ketentuan ini antara lain:

- a. Pertama kali Malla membawa perangkatnya ke *Service Center* T-Cell untuk memperbaiki masalah *speaker* dan masalah perangkatnya yang sering '*restart*' sendiri secara tiba-tiba. Pihak prinsipal saat itu mengatakan bahwa

kemungkinan masalah ada di *software* Blackberry hingga menyebabkan perangkat *restart* sendiri, *upgrade software* hanya memakan waktu 15 menit. Setelah diperbaiki ternyata Blackberry masih sering *restart* sendiri.

- b. Setelah perangkat milik Malla berada di tangan prinsipal selama satu minggu baru dinyatakan bahwa perangkat tersebut mengalami kerusakan berat bukan hanya masalah audio-nya saja dan harus dibawa ke kantor pusat.
- c. Pihak prinsipal tidak dapat memberitahu waktu yang pasti kapan Blackberry milik Malla dapat selesai diperbaiki. Pertama kali datang, Malla diminta menunggu selama lima belas menit saja namun keudian kerusakan kembali terjadi. Pada kedatangan yang kedua, prinsipal menyatakan Malla harus menunggu selama tiga hari untuk proses perbaikan. Setelah menunggu selama tiga hari, Malla menelpon Service Center dan prinsipal menyatakan perbaikan belum selesai sehingga Malla diminta menunggu lagi selama dua hari. Dua hari kemudian, tepatnya hari Sabtu, Malla datang kembali namun teknisi yang menangani Blackberry Malla tidak masuk kerja dan teknisi-teknisi lain yang masuk kerja hari itu tidak ada yang tahu mengenai perkembangan Blackberry Malla. Senin, 20 September 2010, Malla menelpon kembali ke prinsipal. Prinsipal kembali menjawab proses perbaikan belum selesai dan Malla akan dihubungi jika perbaikan telah selesai. Prinsipal akhirnya menghubungi Malla dan menyatakan Blackberry harus dibawa ke kantor pusat dan perbaikan paling cepat memakan waktu selama dua minggu.

Hal ini sudah jelas memperlihatkan bahwa *service center* T-Cell tidak menyediakan teknisi yang kompeten untuk perbaikan. Pertama kali diperiksa, prinsipal menyatakan bahwa hanya masalah *software* dan telah diperbaiki, namun kerusakan tetap saja terjadi. Setelah itu setelah perangkat ditahan selama satu minggu dinyatakan perangkat rusak berat dan harus dikirim ke kantor pusat. Teknisi salah dalam mendiagnosa penyebab kerusakan dan tidak mampu memperbaiki sehingga dibawa ke kantor pusat. Pihak prinsipal juga lama sekali dalam menyatakan kerusakan apa yang terjadi pada Blackberry. Di dalam SNI Pelayanan Purna Jual

secara jelas dinyatakan setiap bengkel perbaikan harus menyediakan teknisi yang kompeten bukan hanya bengkel perbaikan cabang pusat yang diwajibkan menyediakan teknisi yang kompeten.

2. Tidak tersedianya bagian, komponen dan asesoris yang sesuai dengan spesifikasi yang mempengaruhi fungsi dan kegunaan barang yang diperlukan untuk kegiatan perawatan, perbaikan, dan/atau penggantian.

Ketika Malla membawa perangkatnya ke prinsipal untuk memperbaiki *speaker* Blackberry-nya, prinsipal mengatakan bahwa dibutuhkan waktu seminggu untuk dapat mengganti komponen *speaker* karena saat itu tidak tersedia komponen tersebut dan harus menunggu kiriman dari bengkel perbaikan cabang pusat terlebih dahulu. Penyaluran bagian, komponen dan/atau asesoris adalah kegiatan yang merupakan bagian dari fungsi pelayanan purna jual yang dilakukan oleh prinsipal untuk menyediakan bagian, komponen dan/atau asesoris yang diperlukan untuk melakukan perawatan, perbaikan dan penggantian.

Pada kasus di atas hak-hak Malla dan Dwi sebagai konsumen tidaklah terpenuhi. Hak manusia dapat timbul karena kodratnya, karena hukum maupun dari hubungan kontraktual. Hak-hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 UUPK yang dilanggar antara lain:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa
Hak atas kenyamanan telah dilanggar oleh Selular dan T-Cell. Malla dan Dwi berhak untuk mendapatkan kenyamanan dari Blackberry yang telah dibelinya. Ketika Blackberry mereka mengalami kerusakan tentunya mereka mengalami ketidaknyamanan. Mereka tidak dapat melakukan komunikasi melalui perangkatnya dan pekerjaan mereka terganggu karena ada data-data yang dibutuhkan tersimpan di dalam Blackberry seperti yang dinyatakan Malla bahwa ia membutuhkan Blackberry itu untuk pekerjaannya yang tertunda selama Blackberry-nya dalam proses perbaikan.
- b. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar

Ketika Blackberry milik Dwi mati total setelah 24 jam dibeli, Dwi merasa sangat kesal dan merasa ditipu oleh pihak Electronic Selular (ES) mengingat sangat singkatnya selisih antara waktu kerusakan dengan waktu pembelian.

- c. Hak untuk mendapatkan produk barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikan.

Perjanjian yang terjadi dalam jual beli barang adalah untuk memberikan/menyerahkan barang. Dalam hal ini, pihak yang terlibat adalah pembeli (konsumen) dan penjual (pelaku usaha). Untuk membeli barang yang ditawarkan pelaku usaha maka konsumen membayarkan sejumlah uang sesuai dengan kesepakatan para pihak. Uang yang dibayarkan sesuai dengan nilai tukar barang tersebut. Kuantitas dan kualitas Blackberry yang dibeli harus sesuai, artinya antar nilai uang yang dikeluarkan oleh Malla dan Dwi haruslah sepadan dengan kualitas atau standar mutu Blackberry. Pada kasus di atas, Malla dan Dwi sangat kecewa dengan kualitas Blackberry yang dibelinya. Harga Blackberry tidaklah murah, oleh karena itu haruslah diimbangi dengan kualitas yang berimbang.

Masalah yang terjadi di dalam layanan purnajual ini adalah bahwa ketentuan SNI untuk pelayanan purna jual ini bersifat sukarela. Yang artinya, tidak ada paksaan dari pihak pemerintah bagi pelaku usaha untuk menerapkan purna jual yang sesuai dengan SNI. Menurut Bapak Michael Manurung¹⁴³, SNI ini belum diterapkan secara wajib dan menyeluruh karena jika diterapkan secara wajib maka kerugian ekonomi yang ditimbulkan bagi perekonomian nasional akan jauh lebih besar dibanding jika diterapkan secara sukarela. Keberadaan SNI yang bersifat sukarela ini fungsinya lebih mengarah kepada unsur pemasaran penjualan. Setiap pelaku usaha yang sudah memenuhi ketentuan SNI Pelayanan Purna Jual dapat memberikan label bahwa telepon seluler yang di-*impor* atau dijualnya telah memenuhi ketentuan SNI

¹⁴³ Michael Manurung, Kepala Seksi Jasa Bisnis Departemen Perdagangan, wawancara dilakukan secara langsung di gedung Departemen Perdagangan pada tanggal 15 Desember 2010 pada pukul 11.20 WIB.

pelayanan Purna Jual pada iklan atau pada kemasan produknya sehingga dapat membuat konsumen lebih yakin dengan telepon seluler dengan *merk* tertentu.

Bapak Michael Manurung menyatakan bahwa belum diwajibkannya SNI ketentuan umum layanan purna jual karena selain memperhatikan kepentingan konsumen, terbentuknya SNI juga harus memperhatikan para *stakeholders*. *Stakeholders* adalah pihak-pihak yang berkepentingan, seperti misalnya dalam SNI ketentuan umum pelayanan purna jual ini maka *stakeholders*-nya adalah Departemen Perindustrian, Depkominfo, Departemen Dalam Negeri, Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen (YLKI), Persatuan Pengusaha Indonesia, dan perkumpulan-perkumpulan pelaku usaha lainnya seperti misalnya Asosiasi Pengusaha dan Importir Telepon Genggam (ASPITEG).

4.5 Pengawasan Peredaran Blackberry di Indonesia

Pengaturan paling dasar yang membuat dibutuhkan pengawasan terhadap peredaran terhadap barang dan/jasa yang beredar adalah larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁴⁴ Pengaturan lebih khusus terhadap perangkat telekomunikasi, Indonesia (b) Pasal 32 ayat (1) Undang-Undang Telekomunikasi menyebutkan bahwa:

“Perangkat telekomunikasi yang diperdagangkan, dibuat, dirakit, dimasukkan dan atau digunakan di wilayah Negara Republik Indonesia wajib memperhatikan persyaratan teknis dan berdasarkan izin sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Keputusan Menperindag RI 753/MPP/Kep/11/2002 dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 mengatur tentang Standardisasi dan Pengawasan SNI serta Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan

¹⁴⁴ Indonesia (a), Psl.8 angka a.

Barang dan/atau Jasa. Yang dimaksudkan pengawasan adalah pengawasan barang dan/atau jasa adalah pemeriksaan untuk menentukan kesesuaian barang dan/atau jasa yang disertifikasi dengan persyaratan yang ditetapkan.¹⁴⁵ Sedangkan menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 Pasal 1 angka 21, pengawasan adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh petugas pengawas untuk memastikan kesesuaian barang dan/atau jasa dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label, klausula baku, cara menjual, pengiklanan, pelayanan purna jual, dan kebenaran peruntukkan distribusinya.

Pengawasan dilakukan terhadap barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri maupun yang diimpor dari luar negeri. Ruang lingkup pengawasan meliputi:

- a. Barang dan/atau jasa yang beredar di pasar;
- b. Barang yang dilarang beredar di pasar;
- c. Barang yang diatur tata niaganya;
- d. Perdagangan barang-barang dalam pengawasan;
- e. Distribusi.

Pengawasan tentang standar mutu, dilakukan Pemerintah menurut ketentuan Pasal 4 ayat (1) huruf a Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 oleh Menteri teknis dalam mengkoordinasi sehingga setiap barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan oleh pelaku usaha wajib memenuhi persyaratan yang berlaku dalam hal standar mutu. Sedangkan dalam Pasal 5 disebutkan bahwa Pengawasan pemenuhan ketentuan standar mutu sebagaimana dimaksud dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar, yang telah diberlakukan SNI Wajib, SNI yang diterapkan oleh pelaku usaha, atau persyaratan teknis lain yang diberlakukan wajib oleh instansi teknis yang berwenang.

Pengawasan dilakukan dengan dua cara yaitu pengawasan secara khusus dan secara berkala. Pengawasan terhadap ketentuan standar mutu barang bagi

¹⁴⁵ Indonesia (c), Penjelasan Umum dalam Pasal 1 Nomor 28 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 753/MPP/Kep/11/2002 Tentang Standardisasi dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia.

kepentingan perlindungan konsumen dilakukan pengawasan secara berkala.¹⁴⁶ Pengawasan berkala terhadap Blackberry yang beredar di pasar dalam memenuhi standar mutu dilakukan dengan pengecekan dan/atau pengujian kesesuaian persyaratan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan pengawasan terhadap pelayanan purna jual sebagaimana diatur dalam Pasal 8 dilakukan terhadap:

- a. Barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun;
- b. Ketersediaan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual/perbaikan; dan/atau
- c. Terpenuhi atau tidak terpenuhinya jaminan/garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

Pengawasan secara khusus dilakukan sebagai tindak lanjut hasil pengawasan berkala, pengaduan masyarakat atau LPKSM, atau adanya temuan, informasi yang berasal dari media cetak, media elektronik, atau media lainnya. Pengawasan berkala terhadap pelaksanaan pelayanan purna jual dilakukan dengan cara:

- a. Pengecekan ketersediaan atau keberadaan suku cadang dan fasilitas perbaikan untuk barang tertentu yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun;
- b. Pengecekan sebagaimana dimaksud pada huruf a dilakukan berdasarkan keterangan dari pelaku usaha yang memperdagangkan, mengimpor, dan/atau memproduksi barang; dan
- c. Pengecekan terhadap adanya petunjuk penggunaan dan jaminan/garansi dalam Bahasa Indonesia sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam hal peredaran Blackberry, pengawasan dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kepkominfo) dan Kementerian Perdagangan. Menurut

¹⁴⁶ Indonesia (d), Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa, Pasal 22 ayat (1).

Bapak Ojak Simon Manurung¹⁴⁷, ketika barang telah beredar di pasaran dan telah bersentuhan langsung dengan masyarakat maka merupakan tugas bagi petugas khusus dari Kementerian Perdagangan untuk melakukan pengawasan, khususnya bidang pengawasan barang dan jasa. Namun, pada prakteknya Depkominfo turut banyak menyumbang peran pengawasan terhadap Blackberry yang beredar, hal ini terjadi karena Blackberry termasuk perangkat telekomunikasi sehingga peran Depkominfo juga diperlukan dalam pengawasan. Praktik pengawasan peredaran Blackberry yang dilakukan baik oleh Kemdag maupun Depkominfo, antara lain:

1. Kepkominfo menolak permohonan sertifikasi bagi perangkat Blackberry tipe terbaru sebelum RIM mendirikan layanan purna jual di Indonesia. Hal ini dilakukan berdasarkan ketentuan dalam Pasal 8 ayat (2) huruf (f) pada Peraturan Menteri Kominfo No. 29/PER/M.KOMINFO/8/2008 tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi yang menyebutkan bahwa surat permohonan sertifikasi alat dan perangkat telekomunikasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilampirkan persyaratan diantaranya adalah surat pernyataan kesanggupan memberikan garansi serta layanan purna jual di atas materai, kecuali jika alat dan perangkat telekomunikasi tidak untuk diperdagangkan.¹⁴⁸
2. Kepkominfo memberhentikan *impor* Blackberry untuk sementara waktu pada pertengahan tahun lalu. Hal ini berlangsung hingga RIM membuka layanan purna jual.
3. Kepkominfo mengunjungi RIM-*Authorized Repair Facility* untuk layanan purna jual Black Berry di Indonesia, yang terletak di Jakarta. Kunjungan ini dilaksanakan pada tanggal 19 Agustus 2009. Kunjungan yang sesungguhnya merupakan inspeksi dan *facts finding* ini dilakukan oleh suatu tim khusus yang melibatkan beberapa pejabat Departemen Kominfo dan BRTI beserta staf ini

¹⁴⁷ Ojak Simon Manurung, Kepala Subdit Pengawasan Produk Industri Departemen Perdagangan, wawancara dilakukan secara langsung di gedung Departemen Perdagangan, dilakukan pada tanggal 15 Desember 2010 pada pukul 11.40.

¹⁴⁸ <www.depkominfo.go.id>, diakses pada tanggal 1 November 2010.

dimaksudkan untuk melihat secara langsung dan konkret tentang perkembangan RIM dalam mempersiapkan pendirian pusat layanan purna jual.¹⁴⁹

4. Kemdag telah berkoordinasi dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kepkominfo) untuk pembahasan teknis pengawasan bagi pengawasan Blackberry illegal yang beredar yang tidak memenuhi ketentuan hukum yang berlaku.
5. Kemdag dan Kepkominfo telah membuka layanan *call center* bagi pengaduan masyarakat terhadap penyelenggaraan telekomunikasi yang melanggar ketentuan. Di dalamnya termasuk melayani pengaduan tentang perangkat telekomunikasi yang tidak memenuhi ketentuan hukum yang berlaku atau yang merugikan konsumen pengguna perangkat tersebut.

4.6 Sanksi Yang Dapat Diberikan Kepada Selular dan T-Cell

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa Selular dan T-Cell melanggar ketentuan Pasal 7 huruf d UUPK dimana mereka lalai dalam menjamin mutu produk perangkat telekomunikasi Blackberry yang diproduksi dan/atau diperdagangkannya berdasarkan ketentuan standar mutu yang berlaku. Selular dan T-Cell juga melanggar Pasal 8 butir a UUPK yang menyatakan pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Peraturan perundang-undangan yang dilanggar antara lain:

1. Pasal 32 ayat (1) Undang-Undang Telekomunikasi yang menyebutkan bahwa:

“Perangkat telekomunikasi yang diperdagangkan, dibuat, dirakit, dimasukkan dan atau digunakan di wilayah Negara Republik Indonesia wajib memperhatikan persyaratan teknis dan berdasarkan izin sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”
2. Pasal 18 Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2001 tentang Standardisasi Nasional yang menyebutkan bahwa peaku usaha dilarang memproduksi

¹⁴⁹ *Ibid.*

dan atau mengedarkan barang dan atau jasa, yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan Standar Nasional Indonesia yang telah diberlakukan secara wajib.

2. Pasal 2 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 29 /Per/M.Kominfo/ 09/2008 Tentang Sertifikasi Alat Dan Perangkat Telekomunikasi yang berbunyi:

“Setiap alat dan perangkat telekomunikasi yang dibuat, dirakit, dimasukkan untuk diperdagangkan dan atau digunakan di wilayah Negara Republik Indonesia wajib memenuhi persyaratan teknis.”

3. Pasal 5 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan No. 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Garansi dan Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Elektronik dan Informatika, yang berbunyi mengatur mengenai persyaratan teknis layanan purna jual.
4. Ketentuan SNI 7229:2007 tentang Pelayanan Purna Jual.

Selain itu, mereka juga melanggar Pasal 25 UUPK yaitu ketentuan mengenai layanan purna jual yang seharusnya menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan. Maka berdasarkan Pasal 60 ayat (1) UUPK, T-Cell dan Selular terbukti melanggar pasal 25. Selain itu, berdasarkan Pasal 60 ayat (2) UUPK, sanksi administratif yang dapat dijatuhi BPSK berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Selain itu menurut Pasal 62 pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000,00 (dua juta rupiah)

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Sektor perdagangan telepon seluler adalah salah satu sektor di mana sering terjadi pelanggaran atas terpenuhinya hak-hak konsumen. Hal ini disebabkan karena belum dibentuknya SNI secara khusus mengenai produk telepon seluler. Selain itu, SNI Ketentuan Pelayanan Purna Jual bagi barang elektronik juga masih diterapkan secara sukarela sampai saat ini. Banyak keluhan yang terdapat di berbagai media belum dapat membuat pemerintah membentuk SNI Telepon Seluler dan mewajibkan SNI Ketentuan Layanan Purna Jual. Secara garis besar, peraturan mengenai perdagangan telepon seluler seharusnya telah cukup memadai untuk member perlindungan kepada konsumen pengguna jika pelaku usaha beritikad baik dalam menjalankan usahanya.
2. Blackberry tidaklah sama dengan telepon selular lainnya. Pada awalnya RIM hanya mengedarkan Blackberry di Indonesia melalui kerjasama dengan operator. Hal ini berlaku juga di negara lainnya, namun kemudian RIM melakukan penyesuaian dengan bekerjasama dengan *retailer* sehingga konsumen dapat memperoleh Blackberry yang tidak terikat dengan operator. Indonesia adalah negara satu-satunya di Asia dengan jalur peredaran Blackberry seperti ini. Dengan dibukanya jalur bagi importir lain untuk mengimpor Blackberry oleh pemerintah maka banyak importir-importir lain yang tidak bekerja sama langsung dengan RIM dapat mengedarkan Blackberry. Hal ini untuk menghindari terjadinya monopoli oleh pelaku usaha. Importir-importir ini juga harus memenuhi ketentuan hukum mengenai syarat praktik perdagangan Blackberry yang ditentukan pemerintah. Banyak pengguna Blackberry yang masih kurang mengerti mengenai garansi yang ditawarkan masing-masing pihak. Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disebut bahwa Blackberry yang berasal dari pihak yang berafiliasi dengan RIM disebut Blackberry resmi RIM, sedangkan Blackberry yang berasal dari importir lainnya yang telah memperoleh sertifikasi

dari Ditjen Postel disebut dengan Blackberry resmi pemerintah. Pada kasus di atas baik Selular maupun T-Cell adalah pihak yang mengimpor Blackberry. Perbedaannya adalah Selular termasuk ke dalam salah satu pihak yang berafiliasi langsung dengan RIM, sedangkan T-Cell adalah importir yang tidak berafiliasi langsung dengan RIM.

3. Baik Selular maupun T-Cell telah melanggar ketentuan mengenai perdagangan telepon seluler, yaitu mengenai standar mutu dan layanan purna jual. Dalam layanan purna jual, T-Cell menanggung beban yang lebih berat karena T-Cell bukan merupakan pihak yang terafiliasi langsung dengan RIM sehingga harus menyediakan layanan purna jualnya sendiri yang memadai dan mengutamakan kepentingan pengguna Blackberry garansinya. Bentuk pertanggungjawaban yang dapat dilakukan oleh RIM dan/atau Selular dan T-Cell adalah tanggung jawab produk. Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat/rusak sehingga menyebabkan kerugian bagi pihak lain (konsumen), baik kerugian badaniah, kematian ataupun harta benda. Produk yang diedarkan telah memperoleh sertifikasi namun ternyata tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan. Hal ini membuktikan tidak adanya itikad baik dari pelaku usaha. Dalam pengujian perangkat, importir diminta mengirimkan hanya dua sampel produknya (dalam kasus di atas adalah Blackberry tipe Bold 9700/Onyx). Jika sampel tersebut telah lulus pengujian dan memperoleh sertifikasi namun kualitasnya buruk menandakan bahwa importir telah lalai menjaga standar mutu produknya sehingga dapat dikenakan sanksi. Peraturan hukum yang mengatur mengenai standar mutu telepon seluler secara khusus dan secara keseluruhan belum ada di Indonesia. Hanya ada peraturan SNI mengenai komponen-komponen telepon seluler dan ketentuan mengenai persyaratan teknis GSM. Oleh karena itu masih digunakan juga standar mutu barang dan/jasa pada umumnya.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dibahas di dalam penelitian ini maka penulis memiliki beberapa saran terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen khususnya terhadap pengguna Blackberry dan tanggung jawab pelaku usaha dalam praktik perdagangan Blackberry. Adapun saran-saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Konsumen memerlukan bimbingan dan perlindungan dari semua pihak yang terlibat dalam proses penyediaan setiap barang dan jasa yang beredar, tak terkecuali mengenai telepon seluler. Konsumen mempunyai keterbatasan dalam menilai dan menghindari resiko dari setiap produk. Setiap manusia adalah konsumen, namun tidak semua konsumen memahami hak-hak mereka. Oleh karena itu, pemerintah harus senantiasa melakukan pemantauan dan pengawasan, sosialisasi serta persuasi, sehingga pelaku usaha tetap mematuhi kewajiban mereka terhadap perlindungan konsumen. Baik Kepkominfo dan Kemdag secara rutin mengadakan razia terhadap Blackberry di pasaran. Selain itu juga meninjau langsung layanan purna jual setiap importir yang mengajukan izin.
2. Pemerintah melalui Ditjen Postel mensosialisasikan nama-nama importir yang berafiliasi langsung dibawah RIM maupun importir yang tidak berafiliasi langsung sehingga masyarakat luas dapat mengetahui dan dapat memilih sendiri atas resiko Blackberry yang dibelinya.
3. Berkaitan dengan perlindungan konsumen dan banyaknya pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha di bidang perdagangan telepon seluler, pemerintah harus membuat SNI mengenai telepon seluler dan segera mewajibkan pemberlakuan SNI ketentuan pelayanan purna jual sehingga hak-hak konsumen terpenuhi.

DAFTAR REFERENSI

Peraturan Perundang-undangan:

Badan Standardisasi Nasional. *Standar Nasional Indonesia tentang Ketentuan Umum Pelayanan Purna Jual*, SNI No.7229 tahun 2007.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek). Diterjemahkan oleh R. Subekti dan R. Tjitrosudibio. Cet, 27. Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2002.

Indonesia. *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia tentang Standardisasi dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia*, Kepmen Nomor 753/MPP/Kep/11/2002

Indonesia. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Standardisasi Nasional, PP Nomor 102 Tahun 2000*, LN No. 199 Tahun 2000, TLN No. 4020.

Indonesia. *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Sertifikasi Alat dan Perangkat Telekomunikasi*, Permen Nomor 29/PER/M.KOMINFO/9/2008.

Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan tentang Penerbitan surat Izin Usaha Perdagangan*, Permen Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007.

Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa*, Permen Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009.

Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/ Garansi Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Telematika dan Elektronika*, Permen Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009.

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

Indonesia. *Undang-Undang tentang Telekomunikasi*, UU Nomor 36 Tahun 1999, LN No.154 Tahun 1999, TLN No.3881.

Buku:

Barkatulah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media, 2008.

Campell, Henry. *Black's Law Dictionary*, fifth edition. United States: West publishing co., 1979.

Delor, Jaqnes. *The Future of Free Trade In Europe and The World*. Fordham International Law Journal vol 18, 1995.

Fuady, Munir. *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008.

Gaharpung, Marianus Yohanes. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen Korban Atas Tindakan Pelaku Usaha*. Fakultas Hukum Universitas Surabaya, Jurnal Yustika, Vol. 3 No. 1, 2000.

Ibrahim, Johnny. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Banyumedia, 2006.

Kristiyanti, Celiana Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

Lowe, R.. *Commercial Law*, ed. 6. London: Sweet&Maxwell, 1983.

Mamudji, Sri *et al.*. *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005.

Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi 1, Cet-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

Nasution, A.Z. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Cet.2. Jakarta: Diadit Media, 2002.

Nasution, A.Z. *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Tinjauan Singkat UU No.8 Tahun 1999-LN 1999 No.42* makalah yang diberikan di Jakarta. Tanggal 17 Maret 2003.

Nasution, A.Z. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.

Nasution, A.Z. *Laporan Perjalanan ke Daerah-daerah Dalam Rangka Pengembangan Perlindungan Konsumen*. 2004

Phillips, Jerry J. *Product Liability In a Nutshell*. St. Paul Minnesota: West Publishing Company, 1993.

Purwadi, Ari. *Pengaturan Persoalan Perlindungan Konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen*. Jurnal Yustika, Vol. III No. 2. Desember 2000.

Rajagukguk, Erman. *Peran Hukum di Indonesia: Menjaga Persatuan, memulihkan Ekonomi dan Memperluas Kesejahteraan Sosial*. Pidato yang disampaikan dalam rangka Dies Natalis dan Peringatan Tahun Emas Universitas Indonesia.

Saefullah, H. E. *Tanggung Jawab Produsen Terhadap Akibat Hukum Yang Ditimbulkan Dari Produk Pada Era Pasar Bebas*. Makalah Seminar Nasional Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen dalam Sistem Hukum Nasional Menghadapi Era Perdagangan Bebas, diselenggarakan oleh Fakultas Hukum UNISBA. Bandung, 1998

Samsul, Inosentius. *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: FHUI Pasca Sarjana, 2004.

Santoso, Mas Achmad, *Konsep dan penerapan; Gugatan Perwakilan (Class Action)*, Jakarta: ICEL, 1997.

_____. *Undang-Undang Perlindungan Konsumen Masih Banyak Bolongnya.*, dalam Media Indonesia. tanggal 7 Juli 1999

Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo, 2000.

Siahaan, N.H.T. *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta : Panta Rei, 2005.

_____. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, cet. 1. Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, cet-3. Jakarta: Rajawali Pers, 1990.

Suratman, Emma. *Tanggung Jawab Produsen di bidang Farmasi terhadap Konsumen*. BPHN Departemen Kehakiman RI, 1990-1991.

Syawali, Husni dan Neni Sri. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2000.

Tim Penelitian Dibawah Pimpinan Ibrahim Idham. *Laporan akhir Penelitian Terhadap Konsumen Atas Kelalaian Produsen*. Badan Pembinaan Hukum Nasional, departemen Kehakiman, 1992.

Widijantoro, J. *Product Liability dan Perlindungan Konsumen di Indonesia*, dalam majalah *Justitia Et Pax*, 1998.

Bahan elektronik

Ali Nur. "Kebutuhan Manusia akan Teknologi".
<<http://muspen.depkominfo.go.id/?p=1319>> , diakses pada 23 Oktober 2010.

Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia.
<http://id.wikipedia.org/wiki/Badan_Regulasi_Telekomunikasi_Indonesia> ,
diakses pada tanggal 12 April 2009.

Bayang-Bayang. *Definisi Standar*. <http://nspm-media.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=80:definisi_standar&catid=52:umumdefinisi&Itemid=56>, diakses pada 27 Oktober 2010.

Benyamin, Marian Y. *341 Tanda Wajib Manual Bahasa Indonesia Dikeluarkan*.
<<http://bataviase.co.id/node/199879>>, diakses tanggal 1 Oktober 2010.

Chip Team. *“Pertumbuhan Blackberry di Indonesia”*.
<<http://chip.co.id/articles/gadget/2009/10/27/pertumbuhan-blackberry-di-indonesia/>>, diakses pada 28 September 2010.

Hindarto, Stefanus Yugo. *“Android Bakal Salip Blackberry”*.
<<http://techno.okezone.com/read/2010/08/05/57/36016/android-bakal-salip-blackberry-di-indonesia>>, diakses pada 20 Oktober 2010.

Juni, Sabarudin. *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dilihat dari Segi Kerugian Akibat Barang Cacat dan Berbahaya”*.
<<http://library.usu.ac.id/download/fh/perdata-sabarudin2.pdf>>, diakses tanggal 17 April 2010

National Enquiry Point and Notification Authority WTO TBT. <www.BSN.go.id>, diakses tanggal 1 November 2010

“Pemerintah Perkuat koordinasi Perlindungan Konsumen”. <www.indonesia.go.id>, diakses pada tanggal 28 Desember 2008.

Siaran Pers No. 6/PIH/KOMINFO/1/2010 tentang Sertifikasi Peralatan Telekomunikasi Diberikan Untuk Peralatan Telekomunikasi Dari Berbagai Negara Sejauh Tidak Bertentangan Dengan Peraturan Departemen Kominfo dan Kebijakan Nasional. <www.KOMINFO.go.id>, diakses pada 15 Oktober 2010.

<www.bappenas.go.id>

<www.depkominfo.go.id/dirjenpostel>

<www.kompas.com>

<www.pemkomedan.go.id/file/h_1248677089.pdf>, diakses tanggal 1 November 2010.

<www.persaingantelekomunikasi.wordpress.com/2009/04/27/persaingan-pada-industri-telepon-selular-di-indonesia>, diakses tanggal 5 November 2010.

<www.pojoksurabaya.com/index.php?option=com_content&view=article&id=6:sejar-se-dan-masa-depan-seluler-indonesia&catid=6:teknologi&Itemid=8>, diakses tanggal 1 Oktober 2010.

