



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA
JASA LAYANAN OPERATOR TELEPON SELULAR
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS:
DUGAAN PENYEDOTAN PULSA OLEH PT X)**

SKRIPSI

**CECILIA C. P.
0806341614**

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM SARJANA REGULER
UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA
JASA LAYANAN OPERATOR TELEPON SELULAR
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS:
DUGAAN PENYEDOTAN PULSA OLEH PT X)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum

**CECILIA C. P.
0806341614**

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM KEKHUSUSAN IV
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Cecilia C P
NPM : 08006341614
Tanda Tangan :



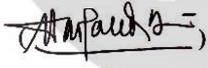
Tanggal : 19 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Cecilia C P
NPM : 0806341614
Program Studi : Kekhususan IV
Judul Skripsi : PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN
PENGGUNA JASA LAYANAN OPERATOR
TELEPON SELULAR DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(STUDI KASUS: DUGAAN PENYEDOTAN
PULSA OLEH PT X)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Kekhususan IV Fakultas Hukum, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Henny Marlina S.H., M.H, MLI ()
Penguji : Heri Tjandrasari S.H., M.H. ()
Penguji : Afdol S.H., M.H. ()
Penguji : Bono Budi Priambono, S. H., M. Sc. ()

Ditetapkan di : Depok, 19 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berbentuk skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Tanpa campur tangan Tuhan penulisan ini tidak akan berhasil karena hanya dengan penyertaannya saja yang merampungkan semuanya. Ada yang dalam batasan manusia sudah tidak ada pengharapan ternyata Tuhan membukakan jalan. Doa membuat langkah menjadi selalu penuh harapan dan Tuhan selalu tahu apa yang terbaik. Semua penyertaannya dalam sepanjang semester berjalan baik dalam perkuliahan, persoalan pribadi, dan penulisan skripsi ini adalah hujan berkat yang tiada henti.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tiada hingganya kepada :

1. Henny Marlyna S.H., M.H, MLI, selaku pembimbing penulis. Terima kasih atas kesediannya untuk selalu membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
2. Ayah, Ibu yang sudah mau selalu direpotkan dimenit-menit tertentu sehingga panik. Terima kasih untuk semua doanya. Terima kasih juga untuk setiap dukungan moril pada Ibu yang mau datang di saat sidang.
3. Terima kasih untuk Uli dan Samuel, adik-adik yang terkasih untuk setiap dukungannya. Semoga ada pembelajaran yang baik dan contoh yang benar dari kakak ini. untuk Uli, semangat ya kuliahnya, kau berarti banget deh, Dek. Kau tau, kau itu perempuan hebat yang menemaniku dari awal aku akan menjadi mahasiswa dan sampai selesai kuliah. Akan selalu ingat bahwa pelukan pertama bahwa aku lulus UMB itu dari kamu,loh. Sammy Jo belajar nak belajar, tetap semangat dan wise ya.
4. Terima kasih untuk Bou Irma untuk setiap doa dan dukungannya. Terima kasih untuk mau selalu direpotkan olehku dari kecil dan sampai selesai kuliah. The best aunty dong.
5. Terima kasih untuk anggota super solid, nama yang dibuat Anas, terima kasih Dewi, Donna, Debora, Destya, Yosi, Anas, Monik, Pita. Perkuliahan penuh warna bersama kalian, bray. Terima kasih bantuan ketik-ketiknya Dew. Terima kasih Yosi, Dewi, Monik, Debora, Donna sudah menunggu selama sidang dari siang sampai malam.
6. Terima kasih untuk Kelompok Kecil Kepompong, Kak Amba, Debora, Laura, Ageth, dan Ibeth untuk pemberat akuanya, tiap rupiah potongan cookies, dan kalkulator kayunya.
7. Terima kasih kepada teman di PO FHUI, terkhusus sie acara, Kak Denden, Bang Erwin, Sofie, dan Yosi. Terima kasih untuk sie lainnya untuk setiap dukungan. Terima kasih juga untuk junior-junior angkatan.
8. Terima kasih Pak Nonot dari BRTI/ART, Bapak memberi bantuan di menit terakhir dan sangat berharga ilmu dan pengajarannya, Pak.

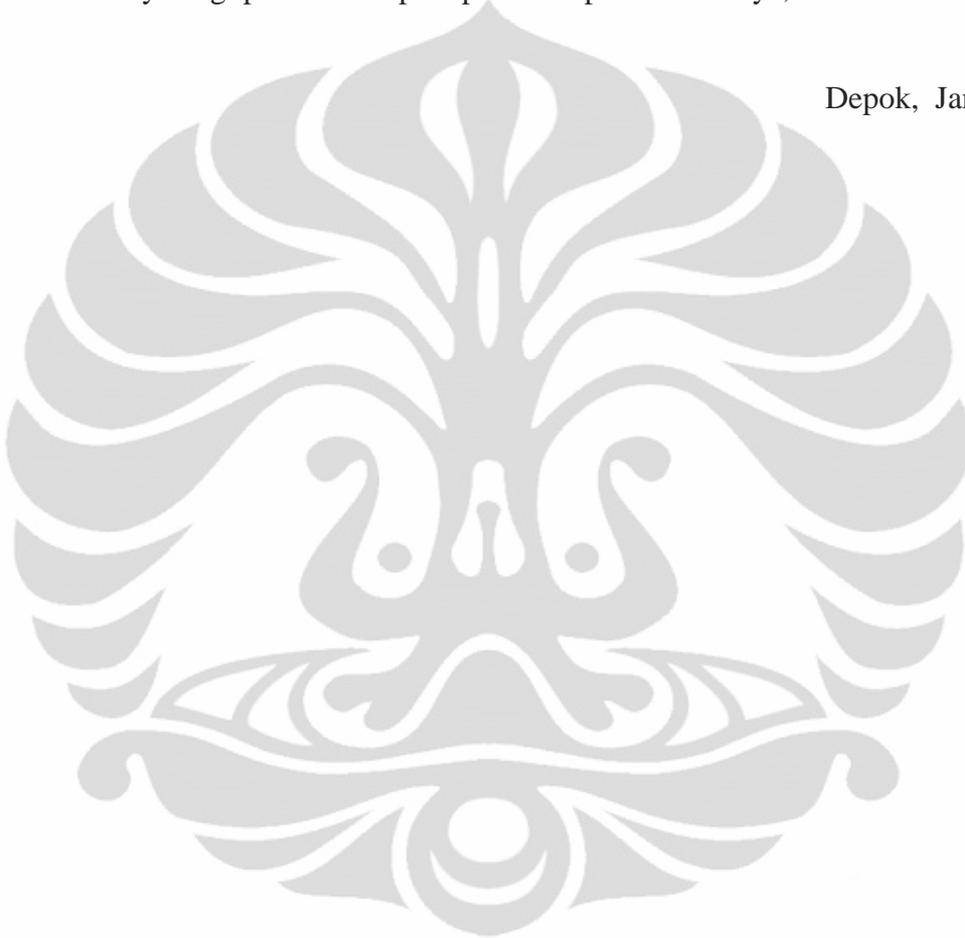
9. Terima kasih pada teman yang silih berganti hadir dan memberi dukungan pada penulis, pada keluarga besar, dan pada pegawai universitas yang sudah membantu penulis dalam perkuliahannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya,

Depok, Januari 2012

Penulis



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

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

Nama : Cecilia C. P.
NPM : 0806341614
Program Studi : Kekhususan IV
Departemen : Ilmu Hukum
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:

PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA JASA LAYANAN
OPERATOR TELEPON SELULAR DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI
KASUS: DUGAAN PENYEDOTAN PULSA OLEH PT X)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal :

Yang menyatakan:



(Cecilia C. P.)

ABSTRAK

Nama : Cecilia C. P.
Program Studi : Kekhususan IV
Judul : PERLINDUNGAN TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA
JASA LAYANAN OPERATOR TELEPON SELULAR
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI
KASUS: DUGAAN PENYEDOTAN PULSA OLEH PT X)

Karya tulis kali ini membahas tentang kedudukan pelaku usaha dan konsumen yang tidak seimbang sehingga konsumen berada pada posisi yang lemah. Pelaku usaha sebagai produsen maupun distributor kurang bertanggungjawab terhadap konsumen. Hal ini dibuktikan dengan adanya berbagai kasus yang terjadi, salah satunya dugaan mengenai penyedotan pulsa secara sepihak oleh produsen. Penulis ingin membahas penyedotan pulsa ini dapat terjadi apakah disebabkan karena kelemahan peraturan perundang-undangan, edukasi yang kurang diberikan pemerintah kepada masyarakat atau peranan Lembaga Perlindungan Konsemen Swadaya Masyarakat kurang optimal.

Kata kunci: Konsumen, Telekomunikasi, SMS Premium.

ABSTRACT

Name : Cecilia C. P.
Study Program : specificity IV
Title : USERS OF CONSUMER PROTECTION SERVICES
MOBILE PHONE OPERATORS FROM REVISED LAW
NUMBER 8 OF 1999 ON CONSUMER PROTECTION
(CASE STUDY: ALLEGED SUCTION BY PULSE X
Ltd.)

This paper discusses about the position between businessman and consumers that are not balance, which is consumer is in the weak position. Businessman as manufacturers and distributors are less responsible for the consumers. This is evidenced by the variety of cases, one suspected concerning suction of pulse by the producer. The author would like to discuss this suction pulse occur whether due to weakness of the legislation, less education given by the role government to the public, or the role of NGOs Consumer Protection less than optimal.

Keyword: Consumen, Telecommunication, SMS Premium.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Pokok Permasalahan	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Defenisi Operasional	7
1.5 Metode Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	10
2. TINJAUAN UMUM HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN	12
2.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	12
2.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen	14
2.3 Hak dan Kewajiban konsumen	16
2.4 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	19
2.5 Berbagai Larangan Bagi Pelaku Usaha	20
2.6 Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Ganti Rugi Konsumen	25
2.7 Peranan Pemerintah dan LPKSM	31
2.7.1 Peranan Pemerintah	31
2.7.2 Peranan LPKSM	32
2.8 Penyelesaian Sengketa	34
3. PENYELENGGARAAN JASA PREMIUM MELALUI LAYANAN JASA OPERATOR TELEPON SELULAR DI INDONESIA	39
3.1 Pengertian Telekomunikasi dan Penyelenggaraan Telekomunikasi	39

3.2 Penyelenggaraan Telekomunikasi Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan	42
3.2.1 Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi	42
3.2.2 Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi	44
3.2.3 Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus	46
3.2.4 Perizinan	47
3.2.5 Penomoran	50
3.2.6 Tarif	50
3.3 Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan	52
3.3.1 Penyelenggaraan Jasa Premium	53
3.3.2 Penyelenggaraan Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan	56
3.4	Pengendalian dan

4. UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA KONSUMEN TERHADAPDUGAAN PENYEDOTAN PULSA SEPIHAK YANG MERUGIKAN KONSUMEN

Posisi Kasus	60
4.1 Teknis Posisi Kasus Penyedotan Pulsa dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha	62
4.2 Pelanggaran Hukum yang Dilakukan oleh PT. X selaku Pelaku Usaha yang Menyediakan Jasa Telekomunikasi	65
4.2.1 Pelanggaran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	65
4.2.2 Pelanggaran Terhadap Permenkominfo Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penyelenggaraan Jasa Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan	67
4.3 Upaya Hukum yang dapat Ditempuh Konsumen yang Dirugikan atas Dugaan Penyedotan Pulsa Sepihak PT X	69
4.4 Kebijakan Pemerintah dalam Upaya Menyelesaikan Dugaan Penyedotan Pulsa Sepihak oleh Operator	74

5	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	78

LAMPIRAN

DAFTAR REFERENSI



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki banyak kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Sejalan dengan berkembangnya zaman, kebutuhan manusia semakin hari semakin bervariasi. Barang-barang yang semula bukanlah merupakan kebutuhan utama menjadi semakin terasa penting seperti televisi, telepon genggam, maupun komputer.

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak dapat lepas dari kebutuhannya berkomunikasi dengan sesamanya. Dengan kata lain, untuk bertahan hidup, selalu timbul adanya suatu kebutuhan untuk berinteraksi dengan manusia lain. Manusia hidup berkawan dengan manusia-manusia lain.¹ Jadi, ketika membicarakan kebutuhan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain, manusia juga tidak dapat mengabaikan kontak sosial dan komunikasi.²

Atas sebuah kebutuhan berinteraksi tersebut, berbagai macam teknologi kemunikasipun dikembangkan, maka telepon pun menjadi alat komunikasi yang sering kali dipergunakan untuk melakukan interaksi secara tidak langsung. Oleh karena kebutuhan ini telepon pun berinovasi dalam rupa telepon genggam/ponsel yang dapat dibawa kemanapun oleh si pengguna. Hasil berupa telepon selular ini adalah hasil perkembangan teknologi yang ditangkap oleh para produsen yang menjadi pihak yang lebih pintar dan kreatif dalam memenuhi barang dan jasa pemuas kebutuhan.

Adanya kebutuhan atas telepon selular membuat jaringan telekomunikasipun diadakan oleh para pelaku usaha penyedia jasa telekomunikasi. Di Indonesia sendiri ada beberapa pelaku usaha yang bersaing di lapangan usaha pertelekomunikasian ini. Kegiatan telekomunikasi di Indonesia

¹Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, cet 23, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), hal. 124

² *Ibid*, hal.71, dikatakan: suatu interaksi tidak mungkin dapat terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu kontak sosial dan komunikasi”.

awalnya dikuasai oleh negara melalui Badan Usaha Milik Negara yaitu PT. Telkom, Tbk., yang memonopoli jasa layanan telekomunikasi domestik, dan PT Indosat, Tbk.³ Pada tahun 1993, era partisipasi swasta dan industri telekomunikasi dimulai dengan kehadiran PT Telekomunikasi Seluler (Telkomsel), yang kemudian diikuti oleh kehadiran PT Excelcomindo Pratama, dimana kemudian operator-operator tersebut sampai dengan tahun 2003 menguasai jasa telekomunikasi seluler di Indonesia.⁴ Setelah tahun 2004, semakin banyak operator yang masuk dalam pasar telekomunikasi seperti PT Hutchison CP Telecommunication, PT Bakrie Telecom, PT Sampoerna Telekomunikasi Indonesia dan PT Natrindo Telepon Selular.⁵

Dengan semakin banyaknya penyelenggara jaringan komunikasi membuat ketatnya persaingan usaha antar penyelenggara atau operator telekomunikasi tersebut. Sebenarnya persaingan adalah hal yang wajar terjadi dalam kehidupan ini, terutama antara pelaku usaha, karena pada dasarnya persaingan akan memacu peningkatan kualitas kehidupan manusia. Banyaknya pelaku usaha yang terjun di dalam usaha ini mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen terhadap jasa dalam bidang telekomunikasi yang diinginkan dapat terpenuhi dan semakin lebarnya kebebasan konsumen memilih aneka jenis kualitas pelayanan jasa yang diinginkan.

Namun di sisi lain, kondisi dan fenomena ini dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang sehingga konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi obyek aktivitas untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan serta penetapan perjanjian standar yang merugikan. Faktor utamanya adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Terlebih ketika para pelaku usaha menggunakan prinsip ekonomi, yakni bagaimana mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan modal

³Jani Purnawanty Jasfin, "Kepastian Hukum pada Regulasi Tarif Telepon Selular di Indonesia," <http://www.hukumonline.com>, diakses 6 Oktober 2011

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

seminimal mungkin. Prinsip ekonomi ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.⁶

Kondisi konsumen di Indonesia menurut pemaparan Az. Nasution secara umum masih rentan terhadap pelanggaran hak dan selalu berada di posisi yang dirugikan.⁷ Konsumen perlu dilindungi karena “kedudukan”nya yang tidak seimbang dengan para pelaku usaha. Ketidakseimbangan ini menyangkut bidang pendidikan dan posisi tawar yang dimiliki oleh konsumen. Seringkali konsumen tidak berdaya menghadapi posisi yang lebih kuat dari pelaku usaha.

Dalam era globalisasi saat ini, hukum harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam pelayanan jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapat kepastian atas barang/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian pada konsumen. Kerugian-kerugian yang diderita konsumen merupakan akibat kurangnya tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen.

Dari berbagai forum di media massa cetak dan internet, terdengar berbagai keluhan pengguna seluler yang telah merasa dirugikan dengan adanya penyedotan pulsa sepihak tanpa persetujuan secara langsung oleh konsumen. Menurut Direktur Operasional Indonesian Mobile and Online Content Provider Association, Tjandra Tedja, kata-kata kreatif yang menarik dalam pemasaran itu, sah-sah saja, tetapi belakangan cenderung terlalu vulgar dan mengarah “pembohongan” pengguna telepon seluler.⁸ “Pembohongan” ini menimbulkan potensi kerugian pengguna telepon seluler akibat kecurangan penyedia jasa layanan pesan premium bisa mencapai Rp 100 miliar per bulan.⁹

⁶Rahayu Hartini, *Hukum Kepailitan*, (Malang: UMM Press, 2005), hal. 199

⁷Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal 27, lihat juga Inosentius Samsul, *Materi Kuliah Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005)

⁸Antony Lee, ”Tawaran Gombal si Penyedot Pulsa” <http://nasional.kompas.com/read/2011/10/07/06165153/Tawaran.Gombal.Si.Penyedot.Pulsa>, diunduh 8 Oktober pukul 10.54

⁹ “Pencurian Pulsa : Total yang Terambil Rp 100 Milyar/Bulan”, *Kompas* (2 Oktober 2011), hal.1

Pelaku usaha yang berperan sebagai produsen maupun distributor kurang bertanggung jawab terhadap konsumennya. Hal ini dapat dibuktikan dari adanya berbagai kasus yang terjadi. Salah satunya adalah dugaan mengenai penyedotan pulsa konsumen pengguna jasa telekomunikasi yang dilakukan secara sepihak oleh pihak penyedia jaringan telepon selular. Survey YLKI menemukan dari Rp 300 juta pendapatan sehari, pengeluaran operator untuk ganti rugi hanya Rp 14 juta. Penyebabnya, sejumlah 93 persen pelanggan merupakan pengguna nomor selular jenis “prabayar” alias isi ulang pulsa lewat *voucher*. Alhasil, pelanggan nomor ini tidak memiliki bukti pemotongan pulsa ketika mengeluh, bahkan mengadukannya ke polisi.¹⁰

Penipuan ini memancing berbagai respon dari berbagai pihak, salah satunya Direktur Operasional IMOCA seperti yang dikutip dalam salah satu harian nasional, “Saya memiliki kecurigaan hampir setiap iklan yang di-*broad-cost* ataupun SMS, orang yang membalas bisa dibilang di atas 50 persen tertipu,” tuturnya, sambil menambahkan bahwa sebahagian iklan menampilkan gaya bahasa terselubung untuk menarik pengguna layanan selular agar merespons.¹¹

Untuk mengatasi tindakan para pelaku usaha jasa layanan telekomunikasi ini, pemerintah telah mengeluarkan peraturan melalui Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 01/PER/M.KOMINFO/01/2009, tapi peraturan ini banyak dilanggar. Misalnya, pendaftaran yang seharusnya gratis tetap harus dibayar.¹²

Keseluruhan upaya dalam melindungi konsumen pada dasarnya bersumber dari intisari perlindungan konsumen, yaitu pertama untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen, yaitu pertama: meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan menumbuhkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian dalam melindungi dirinya. Kedua, menumbuhkembangkan sikap jujur dan tanggung jawab dari pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Ketiga, meningkatkan kualitas barang/jasa untuk menjamin kesejahteraan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

¹⁰ “Tuyul Pulsa di Telepon kita”, *Tempo* (26 September – 2 Oktober 2011), hal.87

¹¹ “Pencurian Pulsa : Total yang Terambil Rp 100 Milyar/Bulan”, menurut Direktur Operasional IMOCA Tjandra Tedja di Jakarta.

¹² *Ibid*, hal 87

Perangkat hukum yang melindungi konsumen tidak bermaksud untuk mematikan pelaku usaha, tetapi justru menumbuhkembangkan iklim usaha yang sehat sehingga dapat mendorong lahirnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam jasa telekomunikasi agar lebih dapat menetapkan standar mutu pelayanan yang lebih baik.

Maka melihat kenyataan bahwa banyak konsumen yang dirugikan, maka akan dikaji pengaturan mengenai kasus semacam ini melalui perspektif hukum perlindungan konsumen serta peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan melihat segala aspek hukum yang berkenaan dengan iklan yang menawarkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, terutama perlindungan bagi konsumen dari perilaku sewenang-wenang pihak operator dan pemilik konten yang mengandung unsur penipuan.

Atas dasar latar belakang ini, penulis berpikir bahwa pentingnya untuk menulis mengenai perlindungan hak-hak konsumen atas jasa pelayanan komunikasi yang mereka gunakan. Maka penulis dalam skripsi ini, akan membahas bagaimana pertanggungjawaban pihak pelaku usaha mengenai tindakan sepihak yang dilakukan PT. Telkomsel dalam hal pemotongan pulsa terhadap konsumennya yang dimana telah merugikan para konsumen tersebut.

1.2 Pokok Permasalahan

Penyotan pulsa yang marak terjadi dalam masyarakat akhir-akhir ini menimbulkan banyak kerugian bagi konsumen pengguna telepon selular. Sebagaimana latar belakang yang dipaparkan di atas, maka permasalahan yang diteliti diidentifikasi sebagai berikut:

1. Hak-hak konsumen apa saja yang dilanggar dengan adanya dugaan penyedotan pulsa?
2. Siapakah pihak yang bertanggung jawab dalam hal dugaan penyedotan pulsa ini?
3. Apa upaya yang dilakukan dalam hal menyelesaikan dugaan penyedotan pulsa konsumen ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini terbagi atas tujuan umum dan tujuan khusus, sebagai berikut:

1. Tujuan Umum

Dengan hasil penelitian ini hal yang ingin dicapai adalah untuk melihat bahwa hak konsumen apa saja yang dilanggar oleh PT. X dan bagaimana tanggung jawab X sebagai provider telepon selular.

2. Tujuan Khusus

Adapun penulisan dari skripsi ini mempunyai tujuan secara khusus berupa:

- a. Dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan maupun referensi bagi mereka yang membutuhkan bahan kepustakaan dalam penulisan ataupun penelitian yang selanjutnya, secara khusus dalam hal penyedotan pulsa menurut hukum perlindungan konsumen.
- b. Menguraikan dan menganalisis secara lebih mendalam mengenai pelanggaran hukum perlindungan konsumen dimana lebih khusus menguraikan secara lebih detail dugaan pelanggaran hak-hak konsumen sebagai pengguna jaringan telepon selular yang telah menyedot pulsa pengguna providernya secara sepihak serta tanggung jawab pelaku usaha terhadap para konsumen mereka atas tindakan ini.

1.4 Defenisi Operasional

Dalam penulisan skripsi ini akan diteliti mengenai dugaan pelanggaran hak konsumen pengguna jasa layanan provider PT. X. Dalam penulisan skripsi ini yang dimaksud dengan:

1. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.¹³

¹³ Indonesia (a), *Undang – Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 tahun 1999, LN 3821, Ps. 1 ayat (2).

2. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁴
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dan melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹⁵
4. Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya¹⁶
5. Jasa telekomunikasi adalah layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi.¹⁷
6. Jaringan telekomunikasi adalah rangkaian perangkat telekomunikasi dan kelengkapannya yang digunakan dalam bertelekomunikasi.¹⁸
7. Penyelenggara telekomunikasi adalah perseorangan, koperasi, badan usaha milik daerah, badan usaha milik negara, badan usaha swasta, instansi pemerintah, dan instansi pertahanan keamanan negara.¹⁹
8. Penyelenggaraan jasa pesan singkat (*short messaging servive/sms*) adalah penyelenggaraan jasa telekomunikasi berupa pengiriman dan atau penerimaan pesan singkat berupa teks melalui jaringan telekomunikasi.²⁰

¹⁴ *Ibid*, Ps.1 ayat (1)

¹⁵ *Ibid*, Ps.1 ayat (3)

¹⁶ Indonesia (b), *Undang – Undang tentang Telekomunikasi*, UU No. 36 tahun 1999, LN 3881, Ps. 1 ayat (1).

¹⁷ *Ibid*, Ps.1 ayat (7)

¹⁸ *Ibid*, Ps.1 ayat (6)

¹⁹ *Ibid*, Ps.1 ayat (5)

²⁰ *Ibid*, Ps.1 ayat (9)

9. Penyelenggaraan jasa pesan premium adalah penyelenggaraan jasa *sms* dan *mms* (*multimedia service message*) yang diselenggarakan melalui mekanisme berlangganan dan atau tidak berlangganan, dengan tarif yang lebih tinggi daripada tarif penyelenggaraan jasa *sms* dan atau *mms*.²¹
10. Pengguna adalah perseorangan, badan hukum, instansi pemerintah yang menggunakan jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi, baik berdasarkan kontrak maupun tidak.²²

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif²³ karena mengkaji hukum perlindungan konsumen terhadap pengguna jasa layanan operator telepon selular yang ditinjau berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan, yaitu cara pengumpulan data yang bersumber pada bahan-bahan pustaka.²⁴ Studi ini akan menganalisis obyek penelitian dengan menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian dan kajian bahan-bahan pustaka. Sebagai suatu penelitian penelitian hukum, data sekunder yang dipergunakan yaitu:²⁵

- a. Bahan hukum primer, yang berupa ketentuan hukum dan perundang-undangan yang mengikat serta berkaitan dengan studi ini.
- b. Bahan hukum sekunder, yang berupa literatur-literatur tertulis yang berkaitan dengan pokok masalah dalam studi ini, baik berbentuk buku-buku, makalah-makalah, laporan penelitian, artikel surat kabar dan lain sebagainya.

²¹ *Ibid*, Ps.1 ayat (11)

²² *Ibid*, Ps.1 ayat (12)

²³ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2007), hal.51

²⁴ Sri Mamudji dkk., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hal. 30

²⁵ *Ibid*, hal. 28

- c. Bahan hukum tersier, yang merupakan bahan penjelasan mengenai bahan hukum tersier maupun sekunder, berupa kamus, ensklopedia, dan sebagainya.²⁶

Dalam mengumpulkan data penulis juga melengkapinya dengan melakukan wawancara terhadap pihak operator yang namanya tidak ingin dicantumkan namanya yang menjabat sebagai karena penelitian ini sangat berkaitan erat dengan pihak penyedia layanan jaringan/operator. Dilihat dari sifatnya penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat eksplanatoris²⁷ karena menggambarkan dan menjelaskan lebih dalam mengenai perlindungan konsumen terhadap penggunaan layanan jasa operator selular. Metode analisis data yang digunakan oleh penulis adalah metode analisis data secara kualitatif.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan adalah:

Bab 1 **Pendahuluan**

Dalam bab 1 diuraikan mengenai latar belakang penulisan ini, mengenai pokok permasalahan yang dikemukakan, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penelitian yang digunakan, operasional, kegunaan teoritis dan praktis, serta sistematika penulisan.

Bab 2 **Tinjauan umum hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai pengertian perlindungan konsumen, asas-asas perlindungan konsumen, tujuan perlindungan konsumen, pihak-pihak yang terkait, serta hak-hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, berbagai larangan bagi pelaku usaha tanggung jawab pelaku usaha dan ganti rugi kepada konsumen serta peranan pemerintah dan LPKSM.

²⁶ *Ibid*

²⁷ *Ibid*, hal.4

Bab 3 Penyelenggaraan jasa premium melalui layanan jasa operator
telepon selular di Indonesia.

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai pengertian telekomunikasi dan provider telekomunikasi, pengaturan UU telekomunikasi mengenai penyelenggaraan telekomunikasi, dan bagaimana penyelenggaraan jasa premium dan pengiriman jasa pesan singkat ke banyak tujuan.

Bab 4 Upaya perlindungan terhadap konsumen yang mengalami
penyedotan pulsa.

Dalam bab ini diuraikan mengenai posisi kasus mengenai penyedotan pulsa sepihak, analisa terhadap dugaan pelanggaran hak konsumen dengan melakukan penyedotan pulsa sepihak oleh X, tanggung jawab pelaku usaha menurut UU no.8 tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen, dan kebijakan BRTI dalam mengantisipasi hal ini.

Bab V Penutup

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil analisis terhadap masalah yang dikemukakan, serta saran yang dikemukakan, serta saran yang berhubungan dengan tema penulisan skripsi ini.

BAB 2

TINJAUAN UMUM HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

2.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya, hukum perlindungan konsumen lahir dari kesadaran masyarakat yang bertindak sebagai konsumen untuk melindungi dirinya dalam sebuah transaksi dengan pelaku usaha. Perkembangan peradaban membawa manusia ke dalam kemajuan teknologi yang kian cepat. Terkadang, perkembangan ini bukan saja membawa dampak yang positif, namun juga membawa dampak yang negatif kepada konsumen. Unsur-unsur perlindungan konsumen menurut Shidarta:

1. Semua badan/organisasi secara langsung maupun tidak langsung bergerak dalam perlindungan konsumen. Badan-badan organisasi tersebut dapat terdiri dari badan-badan pemerintahan maupun badan swasta yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut. Sebagai upaya dari kalangan swasta, gerakan perlindungan konsumen ini sudah dapat dikatakan cukup lama keberadaannya, yaitu sejak didirikannya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pada tahun 1973. Badan swasta ini bergerak secara langsung melindungi konsumen di Indonesia, untuk sementara terutama di Jakarta dengan cara – cara spesifik, yaitu dengan melindungi konsumen dengan tidak merugikan apalagi mematikan usaha produsen nasional.
2. Secara tidak langsung juga para produsen barang maupun jasa, turut pula melindungi konsumen, terutama sekali para produsen bonafide, artinya yang memperkirakan bahwa keuntungan yang mereka peroleh dalam memasarkan hasil produksinya akan lebih terjamin dan langgeng apabila keseluruhan produksinya memenuhi persyaratan tentang mutu, kesehatan, pengepakan, dan lain sebagainya, sebagaimana dikehendaki oleh UUPK.
3. Konsumen, di mana konsumen sendiri juga wajib melindungi diri sendiri dalam tindakan mengkonsumsi barang dan/jasa yang dilakukannya dengan cara meningkatkan kewaspadaan yang dilandasi oleh kemampuan dalam memilih dan mengenal suatu produk. Melakukan konsumsi yang seimbang

dengan penghasilan, dengan demikian mencegah diri sendiri terjerat oleh pola konsumsi yang tinggi yang tidak berfaedah.²⁸

Menurut Az. Nasution pengertian hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat.²⁹ Menurut beliau, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen. Hukum perlindungan konsumen itu sendiri memiliki definisi keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungannya dalam masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.³⁰

Berdasarkan pada Black's Law Dictionary, Hukum perlindungan konsumen atau *Consumer Protection Law* adalah “ *A state of federal statute design to protect consumers against unfair trade and credit practices involving consumers goods, as well as to protect consumers against fault and dangerous goods.*”³¹ Sedangkan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia sendiri yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat (1) adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pemerintah dapat memberikan segala upaya untuk menjamin perlindungan terhadap konsumen (sebagai pihak yang lebih lemah) dan hal tersebut merupakan kepastian hukum yang harus dilaksanakan oleh pemerintah.

2.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya asas-asas hukum merupakan fondasi suatu undang-undang dan peraturan pelaksanaannya yang tidak dapat dikesampingkan. Mertokusumo memberikan ulasan mengenai asas hukum sebagai berikut:

²⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : PT Grasindo, 2000), hal 15

²⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen : Suatu Pengantar*, cet 2, (Jakarta : Diadit Media, 2002), hal.22

³⁰ *Ibid*, hal. 20-21

³¹ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary* (St. Paul, Minnesota : West Group, 1999), hal.321

“...bahwa asas hukum bukan merupakan hukum konkrit, melainkan merupakan pikiran dasar yang umum dan abstrak, atau merupakan latar belakang peraturan konkrit yang terdapat dalam dan di belakang setiap sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat diketemukan dengan mencari sifat-sifat atau ciri-ciri yang umum dalam peraturan konkrit tersebut.”³²

Satjipto Raharjo mengatakan bahwa asas hukum sebagai jantung peraturan hukum atas dasar dua alasan, yaitu:

1. Asas hukum merupakan landasan yang paling luas bagi lahirnya suatu peraturan hukum. Ini berarti penetapan peraturan-peraturan hukum itu dapat dikembalikan kepada asas hukum;
2. Asas hukum mengandung tuntutan etis, maka asas hukum diibaratkan sebagai jembatan antara peraturan-peraturan hukum dengan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakat.³³

Berdasarkan UUPK Pasal 2 menyebutkan bahwa asas-asas perlindungan konsumen adalah berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan:³⁴

1. Asas manfaat adalah untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

³²Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Liberty, 1996), hal.5-6

³³Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung:Alumni, 1986), hal.87

³⁴ Indonesia (a) *Undang – Undang Perlindungan Konsumen*, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Lembaran Negara 42 tahun 1999 Tambahan Lembaran Negara nomor 3821, penjelasan psl.2

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.³⁵

Adapun tujuan dari perlindungan konsumen terdapat dalam Pasal 3 UUPK, yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi 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 unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta 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.

Bila dilihat dari butir d hal menimbang UUPK dijelaskan bahwa tujuan atau rasio dari UUPK adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

³⁵ *Ibid*

Penjelasan UUPK mengatakan bahwa UUPK dimaksudkan untuk menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha, yang pada dasarnya mereka berpinsip bahawa dengan usaha yang seminimal mungkin, mereka akan mendapatkan keuntungan yang sebesar mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas dasar kondisi tersebut, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.³⁶

2.3 Hak dan Kewajiban Konsumen

Pada dasarnya jika berbicara soal hak dan kewajiban, maka kita harus kembali kepada undang-undang. Undang-undang ini, dalam hukum perdata, selain dibentuk oleh lembaga legislatif, juga dapat dilahirkan dari perjanjian antara pihak-pihak yang berhubungan hukum satu dan yang lainnya. Baik perjanjian yang dibuat dan disepakati oleh para pihak maupun undang-undang yang dibuat oleh pembuat undang-undang, keduanya itu membentuk perikatan diantara para pihak yang membuatnya. Perikatan tersebutlah yang menentukan hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan atau yang tidak boleh dilaksanakan oleh salah satu pihak dalam perikatan.³⁷

Jika kita kembali pada alasan pokok terjadinya hubungan hukum perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha, yaitu kebutuhan antara barang dan/atau jasa tertentu, tentunya kita akan berharap bahwa konsumen dapat 'menikmati' penggunaan, pemanfaatan, dan pemakaian yang layak dari barang dan/jasa tersebut. Untuk dapat 'menikmati' penggunaan, pemanfaatan, dan

³⁶Indonesia (a), Penjelasan Umum

³⁷ Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal.25

pemakaian yang layak dari barang dan/atau jasa tersebut, berikut ini akan dibicarakan apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen tersebut.³⁸

Mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, pernah mengemukakan empat hak dasar konsumen, yaitu:

- a. *the right to safe products;*
- b. *the right to be informed about products;*
- c. *the right to definite choices in selecting products;*
- d. *the right to be heard regarding consumer interest.*³⁹

Setelah itu, Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa nomor 39/248 tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi, yang meliputi:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Menurut ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak sebagai berikut:

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

³⁸ *Ibid*, hal.27

³⁹ *Ibid*, hal.27

2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, serta jaminan yang dijanjikan.
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan/atau jasa.
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, serta tidak diskriminatif.
8. hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.⁴⁰

Selain memperoleh hak tersebut, sebagai *balance*, konsumen juga diwajibkan untuk:

⁴⁰ *Ibid*, hal.30

- a. membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁴¹

Itu dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya.

2.4 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada para pelaku diberikan hak untuk:

- a. Menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik;
- c. Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁴²

Selanjutnya, sebagai konsekuensi dari hak pelaku usaha maka ada kewajiban-kewajiban dari pelaku usaha tersebut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

⁴¹ Indonesia (a), Psl.5

⁴² Indonesia (a), psl.6

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. 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 diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁴³

Jika disimak baik-baik, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ‘ditargetkan’ untuk menciptakan ‘budaya’ tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.

2.5 Berbagai Larangan bagi Pelaku Usaha

Jika melihat definisi pelaku usaha dalam undang-undang Perlindungan Konsumen, maka jelas bahwa yang dimaksudkan sebagai pelaku usaha ini bukan hanya sekadar pabrikan saja, melainkan juga bagi para distributor (dan jaringannya), serta termasuk para importir.

Meskipun secara prinsip kegiatan pelaku usaha pabrikan dengan pelaku usaha distributor berbeda, namun undang-undang tidak membedakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua pelaku usaha tersebut, demikian juga berbagai larangan yang dikenakan untuk keduanya. Yang sedikit berbeda, tetapi cukup signifikan adalah sifat saat terbitnya pertanggungjawaban terhadap kegiatan usaha

⁴³ Indonesia (a), ps1.7

yang dilakukan oleh masing-masing pelaku usaha terhadap para konsumen yang mempergunakan barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diberikan.⁴⁴

Pertanggungjawaban berkaitan erat dengan macam dan jenis ganti rugi yang dapat dikenakan bagi pelaku usaha yang melanggar satu atau lebih ketentuan dalam undang-undang ini. dalam hal hukum pembuktian, saat lahirnya atau hapusnya pertanggungjawaban tersebut kepada pelaku usaha lainnya harus dibuktikan, agar tidak merugikan konsumen maupun pelaku usaha lainnya, sehingga dapat tercipta asas kepatutan dan keadilan, serta kepastian hukum bagi berbagai pihak.

Pada dasarnya undang-undang tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha tersebut, sepanjang para pelaku usaha tersebut menjalankan secara benar dan memberikan informasi yang cukup, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta tidak menyesatkan konsumen yang akan mempergunakan atau memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diberikan tersebut.⁴⁵

Ketentuan Pasal 8 merupakan satu-satunya ketentuan umum, yang berlaku secara *general* bagi kegiatan usaha dari para pelaku usaha pabrikan atau distributor di negara Republik Indonesia. Larangan tersebut meliputi kegiatan pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan produksi dan/atau jasa perdagangan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dengan label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

⁴⁴ Gunawan Widjaja, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, hal.36

⁴⁵ *Ibid*, hal.37

- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan 'halal' yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Secara garis besar, larangan yang dikenakan dalam Pasal 8 undang-undang tersebut dapat kita bagi ke dalam dua larangan pokok, yaitu:⁴⁶

1. Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen;
2. Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar, dan tidak akurat, yang menyesatkan konsumen.⁴⁷

Larangan mengenai kelayakan produk, baik itu berupa barang dan/atau jasa pada dasarnya berhubungan erat dengan karakteristik dan sifat dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tersebut. Kelayakan produk tersebut merupakan "standar minimum" yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh suatu barang dan/atau jasa tersebut dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Standar minimum tersebut kadang-kadang sudah ada menjadi

⁴⁶ *Ibid*, hal.39

⁴⁷ *Ibid*

“pengetahuan umum”, namun sedikit banyaknya masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Untuk itu, informasi menjadi suatu hal yang penting bagi konsumen. Informasi yang demikian tidak hanya datang dari pelaku usaha semata-mata, melainkan juga dari berbagai sumber lain yang dapat dipercaya, serta dipertanggungjawabkan sehingga pada akhirnya konsumen tidak dirugikan, dengan membeli barang dan/atau jasa yang sebenarnya tidak layak untuk diperdagangkan.

Informasi merupakan hal yang penting bagi konsumen, karena melalui informasi tersebut konsumen dapat mempergunakan hak pilihnya secara benar. Hak untuk memilih tersebut merupakan hak dasar yang tidak dapat dihapuskan oleh siapapun juga. Dengan mempergunakan hak pilih tersebut, konsumen dapat menentukan “cocok tidaknya” barang dan/atau jasa yang ditawarkan /diperdagangkan tersebut dengan “kebutuhan” dari diri masing-masing konsumen. Jadi pelaku usaha seharusnya memberi informasi yang sebenar-benarnya, tidak hanya memberikan informasi mengenai “kelebihan” dari barang dan/atau jasa tersebut, tetapi termasuk juga “kekurangan” yang masih ada pada barang dan/atau jasa tersebut.

Seperti dalam Pasal 9 UUPK melarang bagi setiap pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, maupun memperdagangkan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, cirri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
- d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan, atau afiliasi;
- e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;

- h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lainnya;
- j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap;
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Dalam pasal 10, pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 12 berhubungan dengan larangan yang dikenakan bagi pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam suatu waktu dan dalam jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut sesungguhnya tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan tersebut.⁴⁸

Selanjutnya, ketentuan pasal 13 melarang pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan:

- a. Suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikan atau memberikan tidak sebagaimana dijanjikannya;
- b. Obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

⁴⁸ Gunawan Widjaja, *Hukum Perlindungan Konsumen*

Pasal 17 secara khusus memberlakukan larangan bagi pelaku usaha periklanan untuk memproduksi iklan yang:

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang dan/atau jasa tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- e. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

2.6 Tanggung jawab pelaku usaha dan ganti rugi kepada konsumen

Seperti yang sudah disebutkan diatas mengenai larangan pelaku usaha, maka dapat dilihat bahwa sebenarnya konsumen semata-mata bergantung pada informasi yang diberikan dan disediakan oleh pelaku usaha. Namun, bila dilihat dari tingkat pendidikan konsumen sendiri, seberapa jauh si konsumen dapat memahami informasi yang diberikan oleh pelaku usaha menjadikan posisi yang merugikan secara ekonomis kepada konsumen.

Sebagai konsekuensi hukum dari pelanggaran yang diberikan oleh UUPK dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, maka demi hukum, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen memberikan hak kepada konsumen yang dirugikan tersebut untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang merugikannya, serta untuk menuntut ganti rugi yang merugikannya, serta untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut.

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

Prinsip-prinsip pertanggungjawaban itu sendiri terbagi lima, yakni sebagai berikut:⁴⁹

- a. Prinsip tanggung jawab karena kesalahan atau *liability based on fault principle*;
- b. Prinsip praduga bertanggung jawab atau *presumption of liability principle*;
- c. Prinsip praduga tidak selalu bertanggung jawab atau *presumption of non liability principle*;
- d. Prinsip tanggung jawab mutlak atau *strict liability*; dan
- e. Prinsip bertanggung jawab terbatas atau *limitation of liability*.⁵⁰

Di bawah ini akan dijelaskan mengenai prinsip pertanggungjawaban tersebut secara satu per satu. Pertama, prinsip tanggung jawab karena kesalahan. Prinsip tersebut sudah cukup lama berlaku, baik secara hukum pidana maupun hukum perdata. Dalam sistem hukum perdata Indonesia misalnya, ada prinsip perbuatan melawan hukum (tort) sebagaimana terdapat dalam Pasal 1365 KUHPer. Tanggung jawab seperti ini kemudian diperluas dengan *vicarious liability*, yakni tanggung jawab majikan, pimpinan perusahaan terhadap pegawainya, atau orangtua terhadap anaknya, sebagaimana diatur dalam pasal 1367 KUHPer.⁵¹

Kedua, prinsip praduga bertanggung jawab. Prinsip tersebut pada dasarnya menyatakan bahwa seseorang atau tergugat dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Dengan demikian, beban pembuktian ada padanya. Asas ini lazim pula disebut dengan pembuktian terbalik. Secara hukum perdata, prinsip ini diberlakukan dalam hukum pengangkutan udara, berdasarkan Konvensi Warsawa tahun 1929 dan Ordonansi Pengangkutan Udara nomor 100 tahun 1939, yang kemudian dihapuskan berdasarkan Protokol Guatemala tahun 1971. UUPK menganut prinsip ini berdasarkan pasal 19 ayat (5) UUPK. Ketentuan ini menyatakan bahwa pelaku usaha dibebaskan dari tanggung

⁴⁹ Siahaan, N.H.T., *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Panta Rei, 2005), hal 155-158

⁵⁰ *Ibid*

⁵¹ *Ibid*, hal.155

jawab kerusakan jika dapat dibuktikan bahwa kesalahan itu merupakan kesalahan konsumen.

Ketiga, prinsip praduga tidak selalu bertanggung jawab. Prinsip tersebut pada dasarnya menggariskan bahwa tergugat tidak selamanya bertanggung jawab.⁵² Prinsip ini secara sederhana terlihat pada kasus kehilangan atau kerusakan barang penumpang pesawat udara yang disimpan di dalam kabin. Dalam kasus yang demikian, tanggung jawab kehilangan atau kerusakan barang ada di tangan penumpang sendiri. Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab. Prinsip praduga tidak selalu bertanggung jawab ini pada perkembangannya sudah mulai ditinggalkan.⁵³

Apabila dicermati prinsip-prinsip yang dirumuskan dalam Pasal 24 ayat (2) UUPK, maka dapat disimpulkan bahwa UUPK dalam hal tertentu pun juga menganut prinsip ini. dalam pasal tersebut dinyatakan bahwa penjual yang menjual lagi produknya kepada penjual lainnya, dibebaskan dari tanggung jawab jika penjual lainnya tersebut melakukan perubahan atas produk tersebut.

Keempat, prinsip pertanggung jawab mutlak. Prinsip tersebut merupakan kebalikan dari prinsip pertama, yakni prinsip tanggung jawab karena kesalahan. Dengan prinsip ini, tergugat harus bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa harus membuktikan ada tidaknya kesalahan pada dirinya. Dalam hukum perdata lingkungan, prinsip ini sudah lama diterapkan, seperti terlihat dalam *Civil Liability Convention 1969* yang mengharuskan pencemar, dalam hal ini pemilik tanker bertanggung jawab atas kerusakan lingkungan laut.⁵⁴

Rasionalisasi penggunaan prinsip ini adalah agar produsen benar-benar bertanggung jawab kepada kepentingan konsumen. Jika melihat rumusan beberapa pasal yang relevan dengan pertanggungjawaban pelaku usaha, tidak ada rumusan yang secara eksplisit menyatakan UUPK mengandung prinsip tanggung jawab mutlak. Tetapi dari pasal-pasal yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha, khususnya Pasal 19 undang-undang tersebut, maka dapat dikatakan bahwa

⁵² *Ibid*, hal.156

⁵³ Nugroho, Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta: Kencana, 2008), hal 305-306

⁵⁴ *Ibid*

UUPK mengandung prinsip tanggung jawab mutlak, walaupun tidak dinyatakan secara tegas.

Terakhir, prinsip tanggung jawab terbatas. Prinsip tersebut sebenarnya lebih menguntungkan para pelaku usaha. Hal ini biasanya dilakukan dengan mencantumkan klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuat para pelaku usaha.⁵⁵ Misalnya pengusaha ekspedisi yang mencantumkan klausula bahwa perusahaan ekspedisi hanya bertanggung jawab dengan berat per kilo dikalikan sekian rupiah yang pada umumnya sangat tidak bernilai sebanding dengan nilai barang yang dikirimkannya.

Prinsip tersebut dilarang berdasarkan Pasal 18 ayat (1) huruf a dan g UUPK yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang untuk mencantumkan klausula baku dalam setiap dokumen atau perjanjian yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha atau agar konsumen tunduk kepada peraturan baru, tambahan, perubahan lanjutan, yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha yang bersangkutan.

Dalam UUPK, tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen, diatur secara khusus pada bab VI, mulai Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, yaitu:

- a. Tujuh pasal, yaitu Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21, Pasal 24, Pasal 25, Pasal 26, dan Pasal 27 yang mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha;
- b. Dua pasal, yaitu Pasal 22 dan Pasal 28 yang mengatur pembuktian;
- c. Satu pasal, yaitu Pasal 23 yang mengatur penyelesaian sengketa dalam hal pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen.⁵⁶

Dari tujuh pasal yang mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha, secara prinsip dapat dibedakan ke dalam:

- a. Pasal-pasal yang mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen, yaitu Pasal 19, Pasal 20, Pasal 21.

Pasal 19 mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha pabrikan dan/atau distributor jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dapat

⁵⁵ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), hal.65

⁵⁶ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal 65.

dikatakan bahwa substansi Pasal 19 ayat (1) mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha, yang meliputi tanggung jawab ganti kerugian atau kerusakan, tanggung jawab kerugian atas pencemaran, dan tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.⁵⁷

Pasal 20 mengatur secara khusus mengenai tanggung jawab pelaku usaha periklanan. Tanggung jawab pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan dan akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.⁵⁸

Pasal 21 ayat (1) membebankan importir barang untuk bertanggung jawab sebagaimana layaknya pembuat barang yang diimpor, jika importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri. Pasal 21 ayat (2) mewajibkan importir jasa yang bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing jika penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.⁵⁹

- b. Pasal 24 yang mengatur peralihan tanggung jawab dari satu pelaku usaha ke pelaku usaha lainnya. Tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen, dibebankan sepenuhnya kepada pelaku usaha lain jika pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa yang menjual kembali kepada konsumen tersebut telah melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.⁶⁰
- c. Dua pasal lainnya, yaitu Pasal 25 dan Pasal 26 yang berhubungan dengan layanan purna jual oleh pelaku usaha atau barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab sepenuhnya atas jaminan dan/atau ganti rugi yang diberikan, serta penyediaan suku cadang atau perbaikan.⁶¹
- d. Pasal 27 yang melepaskan pelaku usaha dari tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi pada konsumen, jika barang tersebut terbukti

⁵⁷ *Ibid*, hal.65-66

⁵⁸ *Ibid*, hal.65

⁵⁹ *Ibid*, hal.65

⁶⁰ *Ibid*, hal.66

⁶¹ *Ibid*, hal.66

seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksud untuk diedarkan; cacat barang timbul pada kemudian hari; cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang; kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen; lewatnya jangka waktu penuntutan empat tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.⁶²

2.7 Peranan Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

2.7.1 Peranan Pemerintah

Pemerintah dalam upaya menegakkan hukum perlindungan konsumen memiliki peranan penting sebagai penegak keadilan yang nyata antara kepentingan konsumen dan kepentingan produsen agar tidak adanya sikap saling merugikan satu sama lainnya. Melihat tugas pemerintah dalam membina dan mengawasi pelaksanaan perlindungan konsumen sesuai dengan pasal 29 UUPK, yaitu dimana pemerintah dalam pembinaan tersebut menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.⁶³ Pembinaan oleh pemerintah ini dilaksanakan oleh menteri dan/atau menteri teknis yang terkait.

Penyelenggaraan perlindungan konsumen ini meliputi:

1. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.
2. Berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.⁶⁴

Selain pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia, pemerintah juga bertanggung jawab atas pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia. Sesuai dengan pasal 30 UUPK yaitu, pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen dan penerapan peraturan perundang-undangan diselenggarakan oleh

⁶² *Ibid*, hal. 67-68

⁶³ Indonesia (a), pasal 29 ayat (1)

⁶⁴ *Ibid*, pasal 29 ayat (4)

pemerintah, masyarakat, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.⁶⁵

Badan lain yang dibentuk oleh pemerintah adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dimana badan ini didirikan di daerah tingkat II untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen, yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen di luar pengadilan, dimana para pihak yang bersengketa menghendaki penyelesaian sengketa dengan cara mediasi, konsiliasi ataupun arbitrase. Anggota BPSK terdiri dari sedikitnya tiga orang dan sebanyak-banyaknya lima orang yang mewakili semua unsur, yaitu pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha. Pengangkatan dan pemberhentian Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ditetapkan oleh menteri.

2.7.2 Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Menurut pasal 1 butir 9 dalam UUPK no. 8 tahun 1999, pengertian dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan mengenai perlindungan konsumen.⁶⁶ Dalam pasal 44 ayat 1 UUPK juga diuraikan bahwa Pemerintah mengakui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang memenuhi syarat.⁶⁷ Dalam penjelasannya, yang dimaksud dengan memenuhi syarat antara lain, terdaftar dan diakui bergerak di bidang perlindungan konsumen.⁶⁸

Tugas LPKSM berdasarkan PP no. 59 tahun 2001 tentang LPKSM adalah:

- a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran antara hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen, dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan.

⁶⁵ *Ibid*, pasal 30 ayat (1)

⁶⁶ Indonesia (a), Pasal 1 butir 9

⁶⁷ *Ibid*, pasal 44 ayat (1)

⁶⁸ *Ibid*, Penjelasan pasal 44 ayat (1)

- c. Melakukan kerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.⁶⁹

Penjelasan atas tugas LPKSM tersebut:

- a. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh LPKSM, meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen.⁷⁰
- b. Pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya.⁷¹
- c. Pelaksanaan kerja sama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.⁷²
- d. Dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok.⁷³

⁶⁹ Indonesia (b), *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat*, PP nomor 59 tahun 2001, LN no.104 tahun 2001, pasal 3

⁷⁰ *Ibid*, pasal 4

⁷¹ *Ibid*, pasal 5

⁷² *Ibid*, pasal 6

⁷³ *Ibid*, pasal 7

Pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama Pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei.⁷⁴

1.8 Penyelesaian Sengketa

Dalam kehidupan ekonomi sehari-hari, utamanya kegiatan jual beli antara konsumen dan pelaku usaha tidak tertutup kemungkinan terjadinya sengketa antara kedua belah pihak tersebut. Di dalam sub bab ini yang akan dibahas adalah sengketa konsumen. Sengketa konsumen adalah sengketa yang berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Lingkup sengketa ini meliputi bidang keperdataan, pidana, maupun tata usaha negara. Pada dasarnya sengketa perlindungan konsumen dapat diselesaikan melalui peradilan maupun di luar peradilan.⁷⁵ Pilihan penyelesaian sengketa tersebut berdasarkan kesepakatan sukarela diantara kedua belah pihak sebagaimana dijelaskan dalam pasal 45 ayat (2) UUPK.

1.8.1 Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dengan menggunakan hukum acara yang berlaku secara umum membawa akibat bagi konsumen sesuai dengan ketentuan hukum acara seperti pada contoh hukum acara perdata, penggugat harus membuktikan bahwa tergugat telah menimbulkan suatu kerugian utamanya kepada pengugat.

Dalam kaitan dengan perlindungan konsumen maka sebagai penggugat harus membuktikan kesalahan yang telah dilakukan pelaku usaha jika timbul suatu kerugian. Berkaitan dengan posisi konsumen sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, tentu konsep seperti ini, memberatkan konsumen yang posisinya lebih lemah daripada pelaku usaha ditambah lagi bebannya dengan kewajiban harus membuktikan kesalahan pelaku usaha. Disamping itu konsumen juga harus

⁷⁴ *Ibid*, pasal 8

⁷⁵ Indonesia (a), Ps. 45 ayat (2)

menanggung beban administrasi yang timbul ketika mengajukan gugatan gugatan ke pengadilan negeri.

Dalam sengketa konsumen yang berkaitan dengan kasus perdata yang kemudian diajukan ke Pengadilan negeri⁷⁶, UUPK menjelaskan bahwa yang berhak mengajukan gugatan adalah:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
- d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.⁷⁷

Tata cara yang digunakan dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan adalah berdasarkan hukum acara perdata. Namun demikian dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan berlaku asas *lex specialis derogat lex generale*, yaitu berdasarkan ketentuan Pasal 64 dimana ketentuan hukum yang digunakan adalah hukum acara perdata sepanjang tidak bertentangan dengan UUPK. Apabila timbul pertentangan maka yang digunakan adalah ketentuan di dalam UUPK.

1.8.2 Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan

Disamping menyelesaikan sengketa melalui lembaga pengadilan UUPK memberikan alternatif lain yakni penyelesaian sengketa melalui pembicaraan antara para pihak, LPKSM, direktorat perlindungan konsumen, serta melalui lembaga yang khusus dibentuk oleh undang-undang. Beberapa cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan adalah dengan arbitrase, konsiliasi, dan mediasi.

- a. Arbitrase

⁷⁶ *Ibid*, Ps. 46

⁷⁷ *Ibid*, Ps.46

Arbitrase merupakan cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat oleh para pihak yang bersengketa,⁷⁸ sudah lama dikenal di Indonesia. Bahkan telah dibentuk BANI sejak 30 Nopember 1077, berdasarkan Surat Keputusan Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Nomor SKEP/152/DPH/1977.⁷⁹

Penyelesaian sengketa melalui peradilan arbitrase ini dapat dilakukan oleh pihak yang bersengketa, jika para pihak tersebut telah mencantumkan klausul arbitrase dalam perjanjian yang menjadi pokok sengketa atau mengadakan perjanjian arbitrase setelah timbulnya sengketa di antara mereka.⁸⁰ Kelebihan penyelesaian sengketa melalui arbitrase ini karena putusannya langsung final dan mempunyai kekuatan hukum tetap dan mengikat para pihak. Putusan arbitrase ini memiliki kekuatan eksekutorial, sehingga apabila pihak yang dikalahkan tidak memenuhi putusan secara sukarela, maka pihak yang menang dapat meminta eksekusi ke pengadilan.⁸¹

Namun demikian, arbitrase pada kenyataan dilapangan jga memiliki kekurangan. Walaupun pada teorinya arbitrase terkenal akan biaya murah, pada faktanya arbitrase mahal karena biaya yang dikeluarkan hampir sama dengan biaya litigasi. Penyelesaian pun lambat, karena bila terjadi perbedaan pendapat maka penyelesaian akan bertambah rumit dan panjang. Dan juga jangka waktu yang 180 hari juga tidak dapat secara konsisten dijalankan karena kembali lagi pada kesepakatan kedua belah pihak.⁸²

b. Konsiliasi

Konsiliasi merupakan salah satu alternative penyelesaian sengketa yang juga dapat di tempuh di luar pengadilan, yang diartikan sebagai: *an independent person (conciliator) brings the parties together and encourages a mutually acceptable*

⁷⁸ Pengertian arbitrase berdasarkan undnag-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

⁷⁹ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), hal. 159

⁸⁰ *Ibid*

⁸¹ *Ibid*

⁸² *Ibid*

*resolution of the dispute by facilitating communication between the parties.*⁸³ Konsiliasi ini juga dimungkinkan sebagai alternative penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa dengan cara ini memiliki banyak kesamaan dengan arbitrase, dan juga menyerahkan kepada pihak ketiga untuk memberikan pendapatnya tentang sengketa yang disampaikan oleh para pihak. Walaupun demikian, pendapat dari konsiliator tersebut tidak mengikat sebagaimana mengikatnya putusan arbitrase.⁸⁴

Ketidakterikatan para pihak terhadap pendapat yang diajukan oleh konsiliator mengenai sengketa yang dihadapi oleh para pihak tersebut, menyebabkan penyelesaiannya sangat tergantung pada kesukarelaan para pihak.⁸⁵

c. Mediasi

Mediasi sebagai salah satu alternative penyelesaian sengketa di luar pengadilan, di samping sudah dikenal dalam perundang-undangan di Indonesia, juga merupakan salah satu pilihan terbaik di antara sistem dan bentuk ADR yang ada.⁸⁶

Mediasi, merupakan cara penyelesaian sengketa yang fleksibel dan tidak mengikat serta melibatkan pihak netral, yaitu mediator, yang memudahkan negosiasi antara para pihak/membantu mereka dalam mencapai kesepakatan kompromi/kesepakatan.⁸⁷ Selain definisi mediasi ini, masih banyak definisi lain yang berbeda-beda, namun pada umumnya orang sepakat bahwa tujuan dari proses mediasi adalah membantu orang dalam mencapai penyelesaian sengketa sukarela terhadap suatu sengketa atau konflik.⁸⁸ Jasa yang diberikan oleh mediator tersebut adalah menawarkan dasar-dasar penyelesaian sengketa, namun tidak memberikan putusan atau pendapat terhadap sengketa yang sedang berlangsung.⁸⁹

⁸³ *Ibid*, hal. 162

⁸⁴ *Ibid*, hal 163

⁸⁵ *Ibid*, hal 163

⁸⁶ *Ibid*

⁸⁷ *Ibid*

⁸⁸ *Ibid*, hal 165

⁸⁹ *Ibid*

Keuntungan penyelesaian sengketa melalui mediasi adalah karena cara pendekatan penyelesaian diarahkan pada kerja sama untuk mencapai kompromi, sehingga masing-masing pihak tidak perlu saling mempertahankan fakta dan bukti yang mereka miliki, serta tidak membela dan mempertahankan kebenaran masing-masing. Dengan demikian, pembuktian tidak lagi menjadi beban yang memberatkan para pihak.⁹⁰



⁹⁰ *Ibid*

BAB 3

PENYELENGGARAAN JASA PREMIUM MELALUI LAYANAN JASA OPERATOR TELEPON SELULAR DI INDONESIA

3.1 Pengertian Telekomunikasi dan Penyelenggara Telekomunikasi

Apa yang sering dihasilkan oleh kemajuan teknologi, tentu mempunyai berbagai implikasi. Disadari atau tidak kemajuan teknologi yang merupakan hasil dari proses pembangunan⁹¹ telah membawa fenomena baru yang mampu mengubah hampir setiap aspek kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi⁹² (*Information and Communication Technology –ICT*) yang begitu pesat dengan segala fasilitas penunjangnya dalam peradaban manusia modern saat ini, telah membawa kita memasuki era baru yang disebut era digital (*digital age*). Berbagai bidang kehidupan akhirnya dirambah oleh kemajuan ICT tersebut. Perkembangan teknologi komunikasi massa yang menekankan pada komunikasi antar individu secara langsung, seperti halnya pada penggunaan telepon, mengalami kemajuan yang sangat berarti dengan dikenal dan digunakannya telepon bergerak atau yang lebih dikenal dengan “*cellular phone*”.⁹³

Perkembangan teknologi dalam bidang informasi inipun telah mengubah baik perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi dan informasi juga menyebabkan dunia menjadi tanpa batas

⁹¹ Oleh Soerjono Soekanto dalam bukunya “Kegunaan Sosiologi Hukum Bagi Kalangan Hukum”, dikemukakan bahwa pembangunan merupakan perubahan terencana dan teratur yang antara lain mencakup aspek-aspek politik, ekonomi, demografi, psikologi, hukum, intrikual maupun teknologi.

⁹² Teknologi informasi adalah teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan proses penyaluran data/informasi tersebut dalam batas-batas ruang dan waktu. (Cahyana Ahmadjayadi, *Cyberlaw sebagai Sarana Sangat Penting bagi Perkembangan Sistem Informasi Nasional Berbasis Teknologi Komunikasi dan Informasi*, dalam Laporan Forum Dialog Nasional Bidang Hukum dan Non Hukum, BPHN, September 2004, hal. 180

⁹³ Prof. Dr. H. Ahmad M. Ramli, S. H., M. H., *Naskah Akademik Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Transaksi Elektronik*, (Jakarta Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, 2007), hal.1

(*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat.

Telepon adalah milik seluruh penghuni dunia. Setiap orang sekarang sudah memiliki telepon selular. Telepon selular telah mempermudah komunikasi orang-orang dari segala penjuru dunia. Media komunikasi ini menjadi sangat awam bagi semua orang dan membuat jarak menjadi sangat dekat. Perangkat ini membuat semua orang dapat terkoneksi satu sama lain yang kita kenal sebagai alat telekomunikasi.⁹⁴

Telekomunikasi adalah teknik pengiriman atau penyampaian informasi, dari suatu tempat ke tempat lain. Berdasarkan Undang-Undang nomor 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi, telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi, melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnet lainnya.⁹⁵ Dalam kaitannya dengan telekomunikasi bentuk komunikasi jarak jauh dapat dibedakan atas tiga :

- a. Komunikasi Satu Arah (*Simplex*). Dalam komunikasi satu arah (*Simplex*) pengirim dan penerima informasi tidak dapat menjalin komunikasi yang berkesinambungan melalui media yang sama. Contoh: pager, televisi, dan radio.
- b. Komunikasi Dua Arah (*Duplex*). Dalam komunikasi dua arah (*Duplex*) pengirim dan penerima informasi dapat menjalin komunikasi yang berkesinambungan melalui media yang sama. Contoh: telepon dan VOIP.
- c. Komunikasi Semi Dua Arah (*Half Duplex*). Dalam komunikasi semi dua arah (*Half Duplex*) pengirim dan

⁹⁴ Alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan dalam bertelekomunikasi (Indonesia, *Undang-Undang Telekomunikasi*, UU No. 36 tahun 1999, LN No.154 tahun 1999, TLN No. 3881)

⁹⁵ Indonesia (b), Ps. 1 ayat (1). Untuk perbandingan dapat diperhatikan definisi telekomunikasi berdasarkan regulasi di Amerika Serikat dan Belanda, "*The term 'telecommunication' means the transmission, between or among point specified by the user, of information of the user's choosing, without change in the form or content of the information as sent and received.*" (The US Telecommunications Act 1996), dan "*Telecommunication means any transmission, emission or reception of signals by means of telecommunication infrastructure .*" (The Netherlands Telecommunication Act 1988).

penerima informasi berkomunikasi secara bergantian namun tetap berkesinambungan. Contoh : handy talkie, FAX, dan chat room.⁹⁶

Jadi telekomunikasi harus memenuhi empat kategori. Ada pengirim, ada penerima, ada jarak di antaranya dan ada informasi yang dipertukarkan. Tanpa kehadiran salah satunya maka sesuatu tidak bisa dikategorikan telekomunikasi.⁹⁷

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pertelekomunikasian ini, maka ada pihak yang menjadi penyelenggara telekomunikasi. Dalam bahasa awam penyebutan penyelenggara jasa telekomunikasi, khususnya dalam lingkup telepon selular, lebih dikenal dengan istilah provider telekomunikasi. Penyelenggara Jasa telekomunikasi adalah perseorangan, koperasi, badan usaha milik daerah, badan usaha milik negara, badan usaha swasta, instansi pemerintah, dan instansi pertahanan keamanan negara.⁹⁸ Penyelenggara telekomunikasi dapat melakukan penyelenggaraan telekomunikasi berupa jasa telekomunikasi (*telecommunications services*), jaringan telekomunikasi (*telecommunications network*), dan telekomunikasi khusus (*specific telecommunication*).⁹⁹

Badan penyelenggara untuk jasa telekomunikasi dalam negeri (Domestik) adalah PT. Telkom dan Badan Penyelenggara untuk jasa telekomunikasi luar negeri (Internasional) adalah PT. Indosat. Badan Usaha Milik Negara tersebut diberi wewenang untuk yang menyelenggarakan jasa telekomunikasi, seperti telepon, telex, faksimili, dan sebagainya, maupun jasa telekomunikasi berupa jasa-jasa nilai tambah (Value Added Service). Badan lain di luar badan penyelenggara, baik dalam bentuk Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) maupun Koperasi juga berhak untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi non dasar. Sedang untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi dasar, badan lain dapat bekerjasama dengan PT Telkom dan atau PT Indosat.

⁹⁶ Puji, "Pengertian Telekomunikasi", <http://puzies.blogspot.com/2009/12/pengertian-telekomunikasi.html> , diunduh pada tanggal 17 Desember 2011.

⁹⁷ Wisnu Ajie, "Telekomunikasi Sebuah Defenisi", <http://duniatelekomunikasi.wordpress.com/2008/03/23/telekomunikasi-sebuah-definisi/> , diunduh pada tanggal 19 Desember 2011.

⁹⁸ Indonesia (b), Ps. 1 ayat (8).

⁹⁹ Indonesia (b), Ps. 7 ayat (1).

Bentuk kerjasama antara badan penyelenggara dan badan lain ini telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 8 tahun 1993, yaitu dapat berbentuk Kerjasama Operasi (KSO), usaha patungan dan kontrak manajemen.¹⁰⁰

3.2 Penyelenggaraan Telekomunikasi Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan

3.2.1 Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi

Penyelenggara jaringan telekomunikasi (Penyelenggara Jartel) wajib membangun dan atau menyediakan jaringan telekomunikasi untuk pelaksanaan kegiatannya dengan memperhatikan ketentuan teknis dalam Rencana Dasar Teknis yang ditetapkan oleh Pemerintah.¹⁰¹ Selain itu, Penyelenggara Jartel wajib pula menjamin terselenggaranya telekomunikasi melalui jaringan yang diselenggarakannya. Penyelenggara Jartel dapat juga menyelenggarakan jaringan telekomunikasi melalui jaringan yang dimiliki dan disediakan, dengan syarat jasa telekomunikasi dimaksud merupakan kegiatan usaha yang terpisah dari penyelenggaraan jasa komunikasi dari Menteri Komunikasi dan Informasi.¹⁰²

Penyelenggaraan jaringan telekomunikasi terdiri dari penyelenggaraan jaringan tetap dan jaringan bergerak.¹⁰³ Penyelenggaraan jaringan tetap adalah kegiatan penyelenggaraan jaringan untuk layanan telekomunikasi tetap yang dimaksudkan bagi terselenggaranya telekomunikasi publik dan sirkit sewa. Penyelenggaraan jaringan tetap mencakup penyelenggaraan jaringan tetap lokal, sambungan langsung jarak jauh, sambungan internasional, dan tertutup.¹⁰⁴

Penyelenggaraan jaringan tetap lokal adalah kegiatan penyelenggaraan jaringan di wilayah yang ditentukan, menggunakan jaringan kabel dan atau

¹⁰⁰ Wisnu Ajie, "Telekomunikasi Sebuah Definisi".

¹⁰¹ Indonesia (c), *Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Telekomunikasi*, PP No. 52 tahun 2000, LN No. 107 tahun 2000, TLN No.3980.

¹⁰² *Ibid*, Ps.8. Kegiatan usaha yang terpisah adalah adanya pemisahan sistem pembukuan secara tegas dalam setiap usaha penyelenggaraan telekomunikasi. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin persaingan usaha yang sehat dan adanya audit akunting.

¹⁰³ *Ibid*, Ps. 9 ayat (1).

¹⁰⁴ *Ibid*, Ps. 9 ayat (2).

jaringan lokal tanpa kabel. Penyelenggaraan jaringan tetap lokal dapat menyelenggarakan sirkuit sewa. Penyelenggaraan jaringan tetap sambungan langsung jarak jauh (interlokal) adalah kegiatan penyelenggaraan jaringan untuk menghubungkan jaringan-jaringan terutama jaringan tetap lokal termasuk sirkuit sewa untuk jaringan tertutup. Jaringan tetap sambungan langsung jarak jauh merupakan jaringan tulang punggung interlokal. Penyelenggaraan jaringan tetap sambungan internasional adalah penyelenggaraan jaringan yang menghubungkan jaringan domestik dengan jaringan internasional. Penyelenggaraan jaringan tetap tertutup adalah penyelenggaraan jaringan yang menyediakan jaringan untuk disewakan.¹⁰⁵

Penyelenggaraan jaringan bergerak adalah kegiatan penyelenggaraan jaringan untuk layanan telekomunikasi bergerak. Penyelenggaraan jaringan bergerak mencakup penyelenggaraan jaringan bergerak terestrial, seluler, dan satelit.¹⁰⁶ Penyelenggaraan jaringan bergerak terestrial adalah penyelenggaraan jaringan yang melayani pelanggan bergerak tertentu meliputi antara lain jasa *radio trunking* dan jasa radio panggil untuk umum. penyelenggaraan jaringan bergerak seluler adalah penyelenggaraan jasa yang melayani telekomunikasi bergerak dengan teknologi seluler di permukaan bumi. Penyelenggaraan jaringan bergerak satelit adalah penyelenggaraan jaringan yang melayani telekomunikasi bergerak melalui satelit.¹⁰⁷

Penyelenggara Jartel harus menyelenggarakan jasa telepon dasar untuk penyelenggaraan jaringan tetap lokal, jaringan bergerak seluler, dan satelit.¹⁰⁸ Penyelenggara Jartel wajib menyelenggarakan jasa telepon umum untuk jaringan tetap lokal baik dilakukan secara mandiri maupun bekerjasama dengan pihak ketiga.¹⁰⁹ Penyelenggara Jartel dalam menyediakan jaringan telekomunikasi dapat

¹⁰⁵ Danvirivanto, *Hukum Telekomunikasi, Penyiaran, dan Teknologi Informasi*, (Jakarta: Aditama, 2010), hal. 34.

¹⁰⁶ *Ibid*, Ps.9 ayat (3).

¹⁰⁷ Danvirivanto

¹⁰⁸ *Ibid*, Ps. 10 ayat (1).

¹⁰⁹ *Ibid*, Ps. 10 ayat (2) dan (3). Telepon umum adalah telepon umum koin dan telepon umum kartu.

bekerjasama dengan Penyelenggara Jartel asing yang ketentuan-ketentuan kerjasama dimaksud dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis.¹¹⁰ Penyelenggara Jartel wajib memenuhi setiap permohonan dari calon pelanggan jaringan telekomunikasi yang telah memenuhi syarat-syarat berlanggan jaringan telekomunikasi sepanjang jaringan telekomunikasi tersedia.¹¹¹

3.2.2 Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi

Penyelenggara jasa telekomunikasi (Penyelenggara Jastel) dalam melakukan kegiatannya menggunakan jaringan telekomunikasi milik Penyelenggara Jartel.¹¹² Penyelenggaraan jasa telekomunikasi berupa jasa teleponi dasar, jasa nilai tambah teleponi, dan jasa multimedia.¹¹³ Penyelenggaraan jasa teleponi dasar adalah penyelenggaraan teleponi, telegrap, teleks, dan faksimili. Penyelenggaraan jasa teleponi dasar dapat dilakukan secara jual kembali. Penyelenggaraan jasa jual kembali jasa telepon dasar adalah penyelenggaraan jasa yang atas dasar kesepakatan usaha, menjual kembali jasa teleponi dasar. Contohnya antara lain penyelenggaraan warung telekomunikasi.

Penyelenggaraan jasa nilai tambah teleponi adalah penyelenggaraan jasa yang menawarkan layanan nilai tambah untuk teleponi dasar, seperti jasa jaringan pintar (IN), kartu panggil (*calling card*), jasa-jasa dengan teknologi interaktif (*voice response*) dan radio panggil untuk umum.

Penyelenggaraan jasa multimedia adalah penyelenggaraan jasa telekomunikasi yang menawarkan layanan berbasis teknologi informasi termasuk di dalamnya antara lain penyelenggaraan jasa *voice over internet protocol* (VoIP),

¹¹⁰ *Ibid*, Ps. 11 ayat (1) dan (2). Suatu perjanjian harus dibuat secara tertulis untuk mempertegas ruang lingkup perjanjian dan mempermudah penyelesaian sengketa atau perselisihan yang mungkin timbul dalam penyelenggaraan jaringan telekomunikasi.

¹¹¹ *Ibid*, Ps. 12. Kewajiban memenuhi setiap permohonan dari setiap calon pelanggan jaringan telekomunikasi sepanjang jaringan telekomunikasi tersedia dimaksudkan agar penyelenggara jaringan telekomunikasi bersikap terbuka dan tidak melakukan diskriminasi terhadap calon pelanggannya. Yang dimaksud dengan syarat berlanggan adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon pelanggan jaringan telekomunikasi seperti izin penyelenggaraan jasa telekomunikasi, sertifikasi perangkat yang dipergunakan, cakupan pelayanan, dan jenis jasa yang akan diselenggarakan.

¹¹² *Ibid*, Ps. 13

¹¹³ *Ibid*, Ps. 14

internet dan intranet, komunikasi data, konferensi video dan jasa video hiburan. Penyelenggaraan jasa jual kembali jasa multimedia adalah penyelenggaraan jasa yang atas dasar kesepakatan usaha, menjual kembali jasa multimedia. Contohnya penyelenggaraan warung internet (WARNET).

Penyelenggaraan Jastel wajib memenuhi setiap permohonan dari calon pelanggan telekomunikasi yang telah memenuhi syarat-syarat berlangganan jasa telekomunikasi sepanjang akses jasa telekomunikasi tersedia.¹¹⁴ Pelanggan jasa telekomunikasi dapat mengadakan sendiri perangkat akses dan perangkat terminal pelanggan jasa telekomunikasi.¹¹⁵ Instalasi perangkat akses di rumah atau gedung dapat dilaksanakan oleh instalatur yang memenuhi persyaratan.

Penyelenggara Jastel wajib menyediakan fasilitas telekomunikasi untuk menjamin kualitas pelayanan jasa telekomunikasi yang baik dan memeberikan pelayanan yang sama kepada pengguna jasa telekomunikasi.¹¹⁶ Penyelenggara Jastel wajib mengikuti ketentuan teknis Rencana Dasar Teknis dalam menyediakan fasilitas telekomunikasinya.¹¹⁷

Penyelenggara Jastel diwajibkan untuk mencatat atau merekam secara rinci pemakaian jasa telekomunikasi yang digunakan oleh pengguna telekomunikasi.¹¹⁸ Penyelenggara Jastel diharuskan pula memberikan catatan dan rekaman dimaksud apabila diminta oleh pengguna jasa telekomunikasi.¹¹⁹ Catatan atau rekaman dimaksud disimpan sekurang-kurangnya 3 (tiga) bulan dan Penyelenggaraan Jastel berhak memungut biaya atas permintaan catatan atau

¹¹⁴ *Ibid*, Ps. 19. Hal ini dimaksudkan agar Penyelenggara Jastel bersikap terbuka dan tidak melakukan diskriminasi terhadap calon pelanggannya. Syarat-syarat berlangganan adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon pelanggan jasa telekomunikasi seperti tanda bukti diri, alamat tetap, denah lokasi.

¹¹⁵ Perangkat akses adalah perangkat yang merupakan bagian dari dan disediakan oleh Penyelenggara Jastel untuk keperluan penyambungan jasa telekomunikasi yang akan dipergunakan oleh pelanggan. Perangkat terminal pelanggan adalah perangkat/terminal yang berada dilokasi pelanggan dan disediakan oleh pelanggan jasa telekomunikasi untuk keperluan bertelekomunikasi.

¹¹⁶ Indonesia (c), Ps. 15 ayat (1) dan (2)

¹¹⁷ *Ibid*, Ps. 15 ayat (3)

¹¹⁸ *Ibid*, Ps. 16 ayat (1)

¹¹⁹ *Ibid*, Ps. 16 ayat (2)

rekaman pemakaian jasa telekomunikasi, seperti biaya percetakan atas catatan atau rekaman penggunaan jasa telekomunikasi.¹²⁰

3.2.3 Penyelenggaraan Telekomunikasi Khusus

Penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk keperluan perseorangan adalah penyelenggaraan telekomunikasi guna memenuhi kebutuhan perseorangan, misalnya amatir radio dan komunikasi radio antar-penduduk.¹²¹ Penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk keperluan instansi pemerintah adalah penyelenggaraan telekomunikasi untuk mendukung pelaksanaan tugas-tugas umum instansi tersebut, misalnya, komunikasi departemen atau komunikasi pemerintah daerah.¹²²

Penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk dinas khusus adalah penyelenggaraan telekomunikasi untuk mendukung kegiatan dinas yang bersangkutan, antara lain, kegiatan navigasi, penerbangan, atau meteorologi.¹²³ Penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk badan hukum adalah penyelenggaraan telekomunikasi yang dilakukan oleh Badan usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Badan Usaha swasta, atau koperasi, misalnya, telekomunikasi perbankan, telekomunikasi pertambangan, atau telekomunikasi perkeretaapian.¹²⁴

Dalam melaksanakan kegiatannya, penyelenggaraan telekomunikasi perlu memperhatikan aspek perlindungan kepentingan dan keamanan negara, antisipasi terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan globalisasi, dilakukan secara profesional dan bertanggung jawab, serta memberikan kesempatan bagi peran serta masyarakat.¹²⁵

¹²⁰ Danvirianto

¹²¹ *Ibid*, penjelasan Ps. 9 ayat (4) huruf (a)

¹²² *Ibid*, penjelasan Ps. 9 ayat (4) huruf (b)

¹²³ *Ibid*, penjelasan Ps. 9 ayat (4) huruf (c)

¹²⁴ *Ibid*, penjelasan Ps. 9 ayat (4) huruf (d)

¹²⁵ *Ibid*, Ps. 7 ayat (2)

3.2.4 Perizinan

Penyelenggaraan telekomunikasi di Indonesia dapat diselenggarakan setelah mendapat izin dari Menteri Komunikasi dan Informasi dengan memperhatikan tata cara yang sederhana, proses yang transparan, adil, dan tidak diskriminatif serta penyelesaian dalam waktu yang singkat.¹²⁶ Untuk penyelenggaraan telekomunikasi diberikan izin melalui tahapan izin prinsip dan izin penyelenggaraan.¹²⁷

Untuk penyelenggaraan izin jaringan dan atau jasa telekomunikasi, pemohon wajib mengajukan permohonan izin secara tertulis kepada menteri.¹²⁸ Pemohon wajib memenuhi persyaratan berbentuk badan hukum Indonesia yang bergerak di bidang telekomunikasi dan mempunyai kemampuan sumber dana dan sumber daya manusia di bidang telekomunikasi.¹²⁹ Menteri mengumumkan peluang usaha untuk menyelenggarakan jaringan dan atau jasa telekomunikasi kepada masyarakat secara terbuka.¹³⁰ Pengumuman tersebut sekurang-kurangnya memuat:

- a. Jenis penyelenggaraan, jumlah peserta.
- b. Lokasi dan cakupan penyelenggaraan (lokasi penyelenggaraan adalah tempat didirikannya stasiun penyelenggara telekomunikasi khusus untuk keperluan penyiaran, sedangkan cakupan penyelenggaraan adalah luas pancaran/*coverage area* dan luas wilayah operasi/*service area*).
- c. Persyaratan dan tata cara permohonan izin (sekrunag-kurangnya terdiri atas profil perusahaan, rencana pembangunan jaringan atau jasa, rencana usaha).
- d. Tempat dan waktu pengajuan permohonan izin.

¹²⁶ Indonesia (b), Ps. 1 butir (17), diberikan pengertian bahwa menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang telekomunikasi.

¹²⁷ *Ibid*

¹²⁸ Indonesia (c), Ps. 57 ayat (1). Tata cara pengajuan izin diatur lebih lanjut dengan keputusan menteri.

¹²⁹ *Ibid*, Ps. 57 ayat (2)

¹³⁰ *Ibid*, Ps. 58 ayat (1)

e. Biaya-biaya yang harus dibayar (biaya-biaya adalah biaya-biaya yang harus dibayar oleh calon penyelenggara telekomunikasi khusus untuk keperluan penyiaran, seperti biaya pembelian dokumen lelang).

f. Kriteria seleksi dan evaluasi untuk penetapan calon penyelenggara telekomunikasi.¹³¹

Pemberian izin untuk penyelenggaraan jaringan dan atau jasa telekomunikasi dilakukan melalui evaluasi atau seleksi.¹³²

Izin bagi penyelenggaraan telekomunikasi khusus dimana pemohon wajib mengajukan permohonan izin secara tertulis kepada Menteri Komunikasi dan Informasi.¹³³ Penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk keperluan perseorangan dan dinas khusus tidak memerlukan izin prinsip. Penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk penyelenggaraan pertahanan keamanan negara tidak memerlukan izin prinsip dan izin penyelenggaraan.

Dalam pengajuan permohonan izin telekomunikasi khusus untuk keperluan penyiaran, pemohon wajib memenuhi persyaratan berbentuk badan hukum Indonesia yang bergerak di bidang penyiaran; mempunyai kemampuan sumber dana dan sumber daya manusia di bidang penyiaran.¹³⁴

Untuk memenuhi kebutuhan penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk keperluan penyiaran, menteri mengumumkan peluang usaha dalam menyelenggarakan telekomunikasi khusus untuk keperluan penyiaran kepada masyarakat secara terbuka.¹³⁵ Pengumuman sebagaimana dimaksud sekurang-kurangnya memuat:

- a. Jumlah penyelenggara;
- b. Lokasi dan cakupan penyelenggaraan;
- c. Persyaratan dan tata cara permohonan izin;
- d. Tempat dan waktu pengajuan permohonan izin;

¹³¹ *Ibid*, Ps. 58 ayat (2)

¹³² *Ibid*, Ps. 58 ayat (3)

¹³³ *Ibid*, Ps. 59

¹³⁴ *Ibid*, Ps. 60

¹³⁵ *Ibid*, Ps. 61 ayat (1)

- e. Biaya-biaya yang harus dibayar;
- f. Kriteria seleksi dan evaluasi untuk penetapan calon penyelenggara telekomunikasi.¹³⁶

Penetapan izin penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk keperluan penyiaran dilakukan melalui seleksi.¹³⁷ Izin Amatir Radio dan Izin Komunikasi radio Antar-Penduduk diperuntukkan bagi penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk keperluan perseorangan.¹³⁸ Izin Stasiun Radio diperuntukkan bagi penyelenggaraan telekomunikasi khusus untuk:

- a. Dinas khusus dinamakan Izin Stasiun radio;¹³⁹
- b. Keperluan sendiri oleh badan hukum yang menggunakan sistem komunikasi radio lingkup terbatas dan sistem komunikasi radio dari titik ke titik.¹⁴⁰

3.2.5 Penomoran

Dalam penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan jasa telekomunikasi ditetapkan dan digunakan sistem penomoran.¹⁴¹ Ketentuan ini dimaksudkan agar kebutuhan atas penomoran dari penyelenggara jaringan dan penyelenggara jasa komunikasi serta penggunaannya dapat dipenuhi secara adil dan selaras dengan ketentuan internasional. Nomor adalah rangkaian tanda dalam bentuk angka terdiri atas kode akses dan nomor pelanggan yang dipergunakan untuk mengidentifikasi suatu alamat pada jaringan atau pelayanan telekomunikasi.

Penomoran adalah sumber daya terbatas dan oleh karena itu sistem penomoran diatur oleh menteri secara adil. Penomoran pada jaringan telekomunikasi terkait dengan teknologi dan ketentuan internasional.

3.2.6 Tarif

¹³⁶ *Ibid*, Ps. 61 ayat (2)

¹³⁷ *Ibid*, Ps. 61 ayat (3)

¹³⁸ *Ibid*, Ps. 62 ayat (1)

¹³⁹ *Ibid*, Ps. 62 ayat (2)

¹⁴⁰ *Ibid*, Ps. 63

¹⁴¹ Indonesia (b), Ps. 23 ayat (1)

Susunan tarif jaringan dan atau jasa telekomunikasi meliputi struktur dan jenis tarif ditetapkan oleh Pemerintah. Besaran tarif penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi ditetapkan oleh Penyelenggara Jartel dan atau Penyelenggara Jastel dengan mendasarkan pada formula yang ditetapkan oleh Pemerintah.¹⁴² Besaran tarif ditetapkan berdasarkan formula dengan memperhatikan mekanisme pasar dan jenis biaya-biaya yang berupa komponen biaya investasi, operasi, dan pemeliharaan, pengembangan jaringan, faktor-faktor inflasi, daya beli masyarakat, dan efisiensi perusahaan.¹⁴³ Adapun penggolongan dari pengadaan tarif adalah:

1. *Tarif Penyelenggaraan jaringan Telekomunikasi*

Jenis tarif penyelenggaraan jaringan telekomunikasi terdiri atas:

- a. Tarif sewa jaringan yaitu tarif atas penggunaan jaringan yang digunakan oleh pihak penyewa atau pemakai jaringan telekomunikasi; dan
- b. Biaya interkoneksi yaitu tarif yang dibayar oleh satu penyelenggara jaringan telekomunikasi kepada penyelenggara jaringan telekomunikasi lain yang atas usahanya menyediakan akses dan menyalurkan trafik telekomunikasi.¹⁴⁴

Struktur tarif penyelenggaraan jaringan telekomunikasi terdiri atas biaya akses, biaya pemakaian, dan biaya kontribusi pelayanan universal.¹⁴⁵

2. *Tarif Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi*

Jenis tarif penyelenggaraan jasa telekomunikasi yang disalurkan melalui jaringan tetap terdiri atas:

- a. Tarif jasa telepon dasar sambungan lokal, sambungan langsung jarak jauh (SLJJ), sambungan langsung internasional (SLI);

¹⁴² *Ibid*, Ps. 28

¹⁴³ Indonesia (c), Ps. 37

¹⁴⁴ *Ibid*, Ps. 35 ayat (1)

¹⁴⁵ *Ibid*, Ps. 36 ayat (1)

- b. Tarif jasa nilai tambah telepon yaitu tariff yang harus dibayar oleh pengguna jasa telekomunikasi atas penggunaan jasa nilai tambah telepon, seperti jasa nilai tambah kartu panggil/*calling card*, *premium card*; dan
- c. Tarif jasa multimedia.¹⁴⁶

Jenis tarif penyelenggaraan jasa telekomunikasi yang disalurkan melalui jaringan bergerak terdiri atas:

- a. Tarif *air-time* yaitu tarif penggunaan jasa telekomunikasi melalui jaringan bergerak per satuan waktu;
- b. Tarif jelajah yaitu tarif yang dibebankan kepada pelanggan yang menggunakan jaringan telekomunikasi bergerak diluar tempat asal pelanggan tersebut tercatat; dan
- c. Tarif jasa multimedia.¹⁴⁷

Struktur tarif penyelenggaraan jasa telekomunikasi terdiri atas biaya aktivasi yaitu biaya untuk mengaktifkan akses yang harus dibayarkan oleh pelanggan jasa telekomunikasi kepada penyelenggara jasa telekomunikasi, biaya berlangganan bulanan, biaya penggunaan, biaya fasilitas tambahan.¹⁴⁸

3.3 Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan

Penyelenggaraan jasa pesan premium¹⁴⁹ dan pengiriman jasa pesan singkat¹⁵⁰ ke banyak tujuan adalah salah satu produk dari kegiatan penyelenggaraan jasa telekomunikasi di Indonesia. Hal ini diatur khusus dalam

¹⁴⁶ *Ibid*, Ps. 35 ayat (2)

¹⁴⁷ *Ibid*, Ps. 35 ayat (3)

¹⁴⁸ *Ibid*, Ps. 36 ayat (2).

¹⁴⁹ Indonesia (d), *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika*, Permen No. 01/PERM. KOMINFO/2009, Ps. 1 ayat (11). Penyelenggara jasa pesan premium adalah penyelenggara jasa *sms* dan atau *mms* yang diselenggarakan melalui mekanisme berlangganan atau tidak berlangganan, dengan tarif yang lebih tinggi daripada tarif penyelenggaraan *sms* dan atau *mms*.

¹⁵⁰ *Ibid*, Ps. 1 ayat (9). Penyelenggaraan jasa pesan singkat adalah penyelenggaraan jasa telekomunikasi berupa pengiriman dan atau penerimaan pesan singkat berupa teks melalui jaringan telekomunikasi.

peraturan perundang-undangan dalam bentuk peraturan menteri yang dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika nomor 01/PER/M.KOMINFO/01/2009. Untuk menyelenggarakan jasa pesan premium dan jasa pesan singkat ke banyak tujuan, pemohon wajib mengajukan izin dengan melakukan pendaftaran kepada BRTI.¹⁵¹

3.3.1 Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium

Pendaftaran tersebut mengisi dua bentuk formulir¹⁵² yaitu formulir pernyataan untuk memenuhi kewajiban selaku penyelenggara jasa pesan premium dan formulir pendaftaran penyelenggaraan jasa pesan premium yang memuat:

- a. Nama penyelenggara;
- b. Penanggung jawab (direktur utama/presiden direktur);
- c. Alamat penyelenggara jasa pesan premium;
- d. Telepon;
- e. Jenis layanan yang ditawarkan;
- f. Mekanisme penyelenggaraan (berlangganan/tidak berlangganan);
- g. Nama rekan penyedia penyelenggara jaringan telekomunikasi;
- h. Nomor akses yang digunakan;
- i. Nomor pusat panggilan (*call center*);
- j. Tarif yang dikenakan kepada pengguna;
- k. Khusus untuk penyelenggara jasa pesan premium melalui mekanisme berlangganan:
 - i) Cara pendaftaran (registrasi/aktivasi) berlangganan;
 - ii) Cara penghentian (deregistrasi/deaktivasi) berlangganan.¹⁵³

Penyelenggaraan jasa pesan premium diselenggarakan oleh penyelenggara jasa pesan premium berdasarkan kerjasama dengan penyelenggara jaringan telekomunikasi yang menyelenggarakan jasa teleponi dasar.¹⁵⁴ Kerjasama tersebut dibuat dalam bentuk tertulis yang memuat:

¹⁵¹ *Ibid*, Ps.2 ayat (1) dan (2).

¹⁵² *Ibid*, Ps. 2 ayat (3).

¹⁵³ *Ibid*, lampiran I dan II.

- a. Lingkup kerjasama;
- b. Hak dan kewajiban masing-masing pihak;
- c. Jenis dan layanan yang ditawarkan;
- d. Nomor akses yang digunakan;
- e. Besaran tarif;
- f. Pembagian pendapatan masing-masing pihak; dan
- g. Jangka waktu perjanjian kerjasama.

Penyelenggara jasa premium wajib menyediakan:

- a. Pusat panggilan (*call centre*) dengan nomor khusus yang dapat dihubungi setiap saat selama 24 jam per hari.
- b. Pusat panggilan wajib menyediakan fasilitas dukungan layanan (*first line support*) yang berfungsi untuk menangani pertanyaan, keluhan, dan permintaan pengguna melalui pusat panggilan.¹⁵⁵

Penyelenggaraan jasa pesan premium dapat dilaksanakan dengan mekanisme berlangganan atau tidak berlangganan. Mekanisme berlangganan dilakukan dengan cara:

- a. Pesan dikirimkan kepada pengguna setelah pengguna melakukan pendaftaran (aktivasi/registrasi) terlebih dahulu; dan
- b. Pengguna akan menerima pesan yang dikirim oleh penyelenggara jasa pesan premium secara berkala.¹⁵⁶

Penyelenggara jasa premium berlangganan juga harus memberikan informasi keaktifan pengguna dalam layanan berlangganan dalam tarif tertentu serta informasi mengenai cara berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi). Setelah pengguna mengaktifkan layanan tersebut, penyelenggara wajib memberitahukan informasi bahwa pengguna sudah dapat menggunakan jasa pesan premium serta informasi tarif, layanan, cara deaktivasi, dan nomor *call center*.¹⁵⁷

¹⁵⁴ *Ibid*, Ps. 3 ayat (1).

¹⁵⁵ *Ibid*, Ps. 11.

¹⁵⁶ *Ibid*, Ps. 8

¹⁵⁷ *Ibid*, Ps.12 ayat (2)

Penyelenggara juga wajib menghentikan layanan segera setelah permintaan berhenti berlangganan diterima dengan lengkap.¹⁵⁸

Penyelenggara dilarang untuk mengenakan biaya pendaftaran berlangganan dan wajib memberikan informasi kepada pelanggan sekurang-kurangnya:

- a. Pendaftaran telah berhasil;
- b. Layanan telah dapat digunakan;
- c. Identitas penyelenggara jasa premium;
- d. Tarif yang dikenakan kepada pengguna;
- e. Cara penghentian berlangganan;
- f. Periode waktu berlangganan;
- g. Pusat panggilan yang dapat dihubungi.¹⁵⁹

Permintaan penghentian berlangganan dapat dilakukan melalui, *sms*, *mms*, atau *call centre*. Bila terjadi kesalahan pada pengguna dalam hal tidak menyebutkan jenis layanan, penyelenggara wajib menginformasikan melalui *sms* atau *mms* tanpa dikenakan biaya mengenai cara yang benar untuk berhenti berlangganan serta informasi tentang jenis layanan yang pernah didaftarkan oleh pengguna dan nomor *call centre* yang dapat dihubungi. Penghentian layanan dilakukan ketika permintaan telah diterima dengan lengkap tanpa mengenakan biaya oleh penyelenggara layanan jasa premium serta dilakukan pemberitahuan telah berhasil melakukan penghentian kepada pengguna layanan.¹⁶⁰

Sedangkan mekanisme tidak berlangganan merupakan mekanisme dimana:

- a. Pesan dikirimkan kepada pengguna menyampaikan permintaan tanpa melakukan pendaftaran (aktivasi/registrasi) terlebih dahulu; dan/atau
- b. Pengguna akan menerima pesan yang dikirim oleh penyelenggara jasa pesan premium tidak secara berkala.¹⁶¹

¹⁵⁸ *Ibid*, Ps. 12 ayat (3)

¹⁵⁹ *Ibid*,Ps. 13

¹⁶⁰ *Ibid*, Ps. 14

¹⁶¹ *Ibid*, Ps.9

Mekanisme tidak berlangganan dapat juga diselenggarakan melalui layanan jasa pesan premium yang diselenggarakan berdasarkan kegiatan undian/promosi. Kegiatan undian/promosi ini harus mendapatkan izin dari instansi yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang kegiatan undian/promosi.¹⁶²

3.3.2 Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan

Pengirim jasa pesan singkat ke banyak tujuan wajib menyediakan fasilitas kepada penerima pesan untuk menolak pengirim pesan berikutnya. Jika sudah dilakukan penolakan oleh penerima, maka penyelenggara dan dilarang melakukan pengiriman pesan berikutnya. Pengirim pesan ke banyak tujuan juga dilarang mengirimkan pesan yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan dan atau ketertiban umum.¹⁶³

3.4 Pengendalian dan Pengawasan oleh Pemerintah

Menteri Perhubungan pada tanggal 11 Juli 2003 telah membidani ‘bayi baru’ yang diberi nama Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI).¹⁶⁴ BRTI diharapkan mampu mengemban tugas yang berat menjadi *Independent Regulatory body (IRB)* untuk kegiatan telekomunikasi di tanah air.

Badan regulator telekomunikasi dapat dipahami dalam dua karakter. Badan regulator yang sepenuhnya dipegang oleh Pemerintah, dimana Pemerintah memiliki kewenangan tunggal untuk melakukan regulasi dalam kegiatan telekomunikasi. Badan regulator independen yang beranggotakan wakil dari pelanggan dan pelaku usaha telekomunikasi, berfungsi sebagai mitra aktif dan strategis bagi pemerintah untuk melakukan pengaturan telekomunikasi.

Gagasan *Independent Regulatory Body (IRB)* sejatinya mengemuka pada forum organisasi perdagangan dunia yaitu *World Trade Organization (WTO)*. Jasa telekomunikasi yang merupakan salah satu titik sentral dalam perdagangan jasa

¹⁶² *Ibid*, Ps. 10 ayat (1) dan (2)

¹⁶³ *Ibid*, Ps. 17

¹⁶⁴ Indonesia (e), *Peraturan Menteri Perhubungan tentang Penetapan BRTI*, KM No. 21 tahun 2003, tanggal 11 Juli tahun 2003.

internasional menjadi penting untuk diseragamkan. Berdasarkan *General Agreement of Trade on Services/GATS* setiap anggota WTO diwajibkan memenuhi ketentuan-ketentuan umum dalam perdagangan internasional. Ketentuan-ketentuan umum dimaksud antara lain pasar terbuka (*free market access*), non-diskriminasi, dan peluang kompetisi. IRB dan Kewajiban Pelayanan Universal merupakan bagian dari ketentuan utama dalam perdagangan jasa telekomunikasi, sebagaimana termuat dalam *Annex on Telecommunications*.¹⁶⁵

Sebelum diseragamkan oleh WTO, badan regulator telekomunikasi di dunia hampir seluruhnya dipegang secara mutlak oleh Pemerintah. Pemerintah sebagai regulator merangkap pula sebagai operator telekomunikasi. Dalam kerangka kompetisi, hal dimaksud dapat menimbulkan benturan kepentingan antara peran Pemerintah sebagai regulator dan sebagai operator. Dihawatirkan operator swasta tidak mendapatkan kesempatan usaha yang *fair* jika harus berhadapan dengan operator BUMN. Konsep IRB merupakan jelmaan *Federal Communication Commission (FCC)* yaitu badan regulator Amerika Serikat. FCC bukanlah bagian dari pemerintahan dan bertanggung jawab langsung kepada kongres sehingga independensinya tidak diragukan.¹⁶⁶ Namun jangan terlupa, bentuk BUMN telekomunikasi tidak dikenal di Amerika Serikat sehingga semua operator dapat melakukan kompetisi tanpa ada satu pun yang menikmati fasilitas dan proteksi.¹⁶⁷

BRTI merupakan wujud alih dari Direktorat Jendral Pos dan Telekomunikasi (Ditjen Postel) yang bersama-sama dengan Komite Regulasi Telekomunikasi bertugas untuk menjadi regulator kegiatan telekomunikasi di Indonesia. Dirjen Postel secara *ex officio* akan menjabat Ketua BRTI dan 6 anggota Komite Regulasi Telekomunikasi BRTI lainnya diangkat oleh Menteri yaitu Menteri Komunikasi dan Informatika RI sebagaimana dimuat dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika nomor 36/PERM.

¹⁶⁵ Danrivanto, hal.39

¹⁶⁶ Charles H. Kennedy, *An Introduction to U.S. Telecommunication Law*, 2nd Edition, Artech House Inc, Norwood, 2001, hal. 260-261.

¹⁶⁷ Danrivanto

KOMINFO/10/2008 tentang Penetapan Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia.¹⁶⁸

Badan ini menerima pelimpahan wewenang dari menteri dalam melakukan pengaturan, pengawasan, dan pengendalian kegiatan telekomunikasi di Indonesia.¹⁶⁹ Pembentukan BRTI diharapkan dapat lebih menjamin adanya transparansi, independensi, pengawasan, dan prinsip keadilan dalam penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan penyelenggaraan jasa telekomunikasi.¹⁷⁰

BRTI dalam melaksanakan fungsinya memiliki tugas-tugas sebagai berikut:

1. Pengaturan, meliputi penyusunan dan penetapan ketentuan penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan pelayanan jasa telekomunikasi, yaitu:
 - a. Perizinan penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan penyelenggaraan jasa telekomunikasi;
 - b. Standar kinerja operasi;
 - c. Standar kualitas layanan;
 - d. Biaya interkoneksi;
 - e. Standar alat dan pernakat telekomunikasi.
2. Pengawasan, terhadap penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, yaitu:
 - a. Kinerja operasi;
 - b. Persaingan usaha;
 - c. Penggunaan alat dan perangkat telekomunikasi.
3. Pengendalian, terhadap penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan penyelenggaraan jasa telekomunikasi, yaitu:
 - a. Penyelesaian perselisihan antar penyelenggara jaringan telekomunikasi dan penyelenggara jasa telekomunikasi;

¹⁶⁸ Danrivanto, hal.40

¹⁶⁹ Indonesia (f), *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Penetapan BRTI*, Permenkominfo No. 36/PERM. KOMINFO/ 10/2008, Ps. 5 dan 6.

¹⁷⁰ *Ibid*, Ps. 2.

- b. Penggunaan alat dan perangkat telekomunikasi;
- c. Penerapan standar kualitas pelayanan.¹⁷¹



¹⁷¹ *Ibid*, Ps.6.

BAB 4

UPAYA PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA KONSUMEN TERHADAP DUGAAN PENYEDOTAN PULSA SEPIHAK YANG MERUGIKAN KONSUMEN

4.1 Posisi Kasus

Telekomunikasi adalah salah satu bidang jasa¹⁷² yang sangat besar pengaruhnya kepada kehidupan masyarakat sekarang ini. Sebagai pengguna jasa layanan yang disediakan oleh operator, posisi tawar masyarakat menjadi lebih rendah karena operator selaku pelaku usaha memiliki kekuasaan penuh mengendalikan pasar serta betapa rendahnya perlindungan terhadap konsumen. Kerugian-kerugian yang dialami konsumen tersebut dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum perjanjian antara konsumen dan produsen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen.¹⁷³

Kondisi konsumen yang lemah dalam hal memperoleh perlindungan perlu ditingkatkan sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan. Namun, perlu diperhatikan dalam memberikan perlindungan konsumen tidak juga mematkan posisi pelaku usaha. Maka dari itu sangat penting untuk ditegakkan peraturan perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia.

Sekarang ini sedang marak terjadi kasus penyedotan pulsa oleh operator. Biasanya *sms* dikirim oleh layanan konten empat digit, seperti 97**, 37**, 78**.¹⁷⁴ Orang yang dikirim *sms* oleh nomor operator tersebut langsung otomatis tersedot pulsanya. Padahal pemilik nomor yang dikirim *sms* dari layanan tersebut tidak pernah melakukan registrasi. Pada umumnya pulsa yang tersedot sebesar Rp. 1000-Rp. 2000 per *sms*. Menurut Kepala Subdit Cyber Crime, Dirkrimsus Polda

¹⁷² Dr. Ratih Hurryati M.si, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: CV Alfabeta, 2005), hal. 27. Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

¹⁷³ Prof. Dr. Ahmad Miru, SH, MH, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Konsumen di Indonesia*, cet.1, (Jakarta: PT RajaGrafindo persada, 2011), hal.1

¹⁷⁴ Vivanews, "Waspadai SMS Sedot Pulsa", <http://www.berita-terbaru.com/berita-nasional/waspadai-penipuan-sms-sedot-pulsa.html>, diakses tanggal 3 Desember 2011

Metro Jaya, Ajun Komisaris Besar Wisnu, modus sedot pulsa ini sudah mulai marak dan terus berkembang jenisnya.

Pihak Polda Metro Jaya telah melakukan konfirmasi kepada pihak provider telepon selular, hanya ketika dikonfirmasi, mereka membantah dan mengaku belum ada mesin atau alat yang bisa menyedot pulsa konsumen.¹⁷⁵ Walaupun begitu, konsumen yang telah merasa dirugikan tetap didukung berbagai pihak, seperti Lingkaran Studi Mahasiswa (LISUMA). Pihak LISUMA membantu konsumen dengan membuat posko pengaduan keliling pencurian pulsa.

Ketua LISUMA, Al Akbar mengatakan bahwa mereka mendesak Pemerintah melalui Kemenkominfo untuk menindak tegas pencurian pulsa terselubung ini. pemerintah harus melakukan pengawasan yang ketat terhadap telekomunikasi terutama terhadap operator seluler.¹⁷⁶ Al Akbar menilai bahwa Pemerintah telah lalai melakukan pengawasan karena tidak adanya sosialisasi mengenai penipuan jenis ini. Sebanyak 322 pelanggan dari tiga Provider yakni Telkomsel, Indosat dan XL yang paling banyak dikeluhkan. Berdasarkan catatannya, sebanyak 93 persen pelanggan seluler merupakan pengguna nomor seluler jenis ‘prabayar’ atau isi ulang pulsa. Akibatnya, pelanggan nomor tersebut tidak memiliki bukti pemotongan pulsa ketika mengajukan keluhan dan aduan ke polisi.¹⁷⁷ Al Akbar juga memperkirakan adanya keuntungan sebesar tiga ratus juta rupiah dengan jumlah pelanggan sebanyak itu.

4.2 Teknis Posisi Kasus Penyedotan Pulsa dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Berdasarkan pemberitaan yang beredar di masyarakat bahwa adanya dugaan penyedotan pulsa oleh pihak operator membuat Pemerintah melalui BRTI menyelidiki teknis yang terjadi dalam kasus ini. Bahwa berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan kepada salah satu Anggota Regulasi Telekomunikasi, teknis dari kasus ini dimulai dari adanya konten provider yang

¹⁷⁵ *Ibid*

¹⁷⁶ *Ibid*

¹⁷⁷ *Ibid*

melalui operator selular menjual konten *handphone*, yang kemudian masyarakat membelinya/berlangganan konten tersebut melalui *sms/mms*/lainnya yang dibayar menggunakan pulsa. Transaksi berlangganan ini melalui mekanisme REG dan UNREG, dimana mekanisme REG berarti masyarakat menyetujui berlangganan dan UNREG menyatakan bahwa masyarakat berhenti berlangganan. Transaksi menjadi masalah ketika mekanisme tersebut berjalan tidak transparan, seperti:

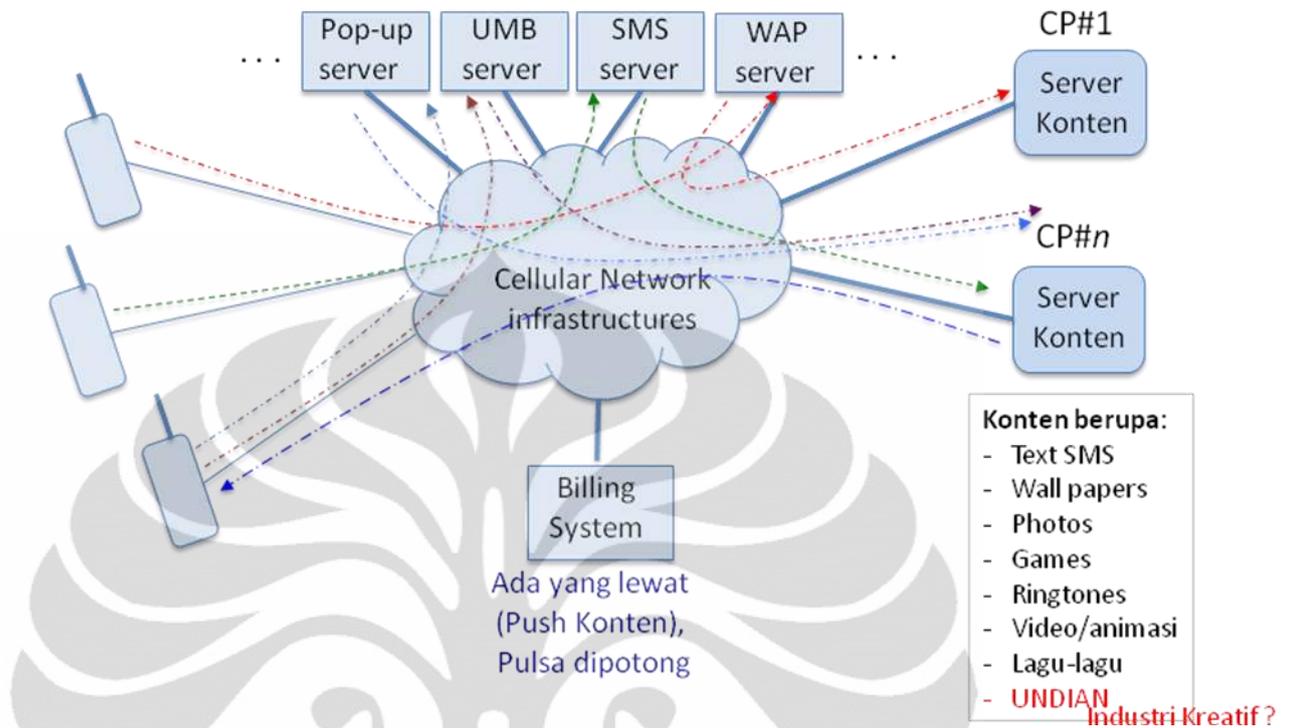
- a. berlangganan apa?
- b. Berkala harian/mingguan/bulanan?
- c. Berapa harganya?
- d. Bagaimana cara berlangganan?
- e. Bagaimana cara berhenti?
- f. Bila ada masalah harus bertanya kemana?

Ada tiga masalah ketika pulsa ini terpotong:

- a. Tidak merasa REG/tidak sadar REG/tidak tahu bahwa “klik” berarti REG.
- b. Tidak tahu cara UNREG/tidak bisa UNREG/ sulit UNREG.
- c. Setiap usai isi pulsa/ada paket REG di kartu perdana.

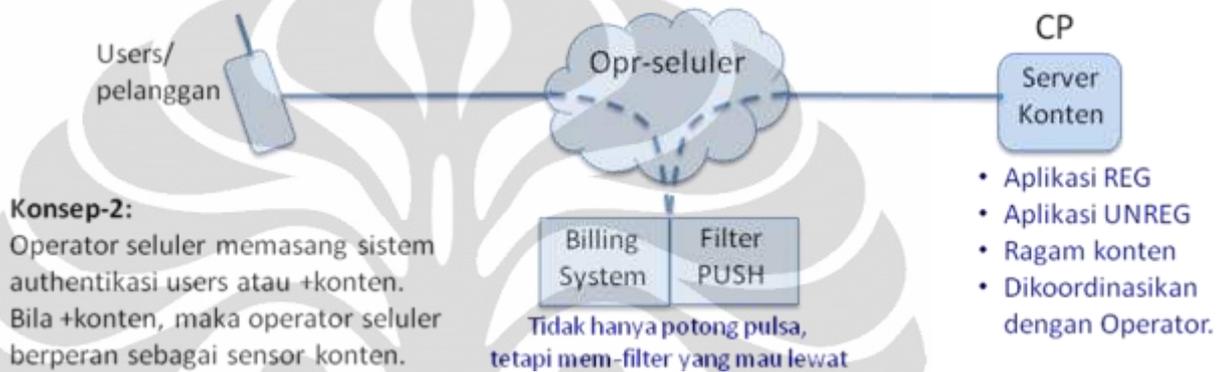
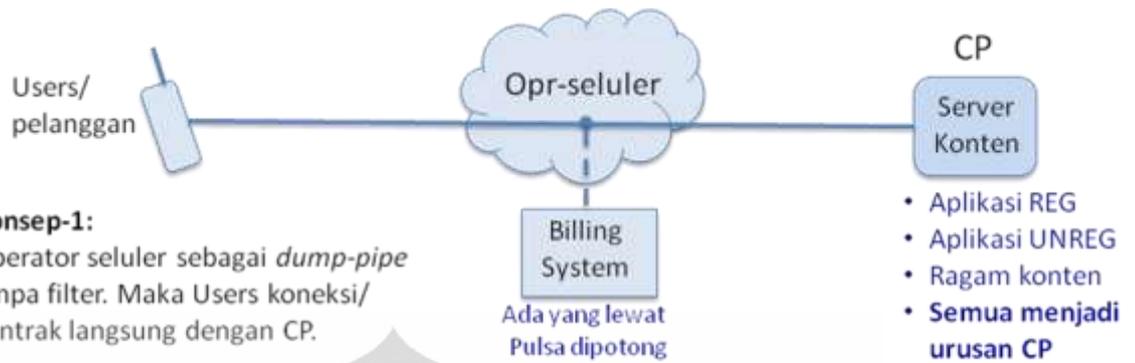
Dalam kasus penyedotan pulsa ini ada mekanisme dari berlangganan konten tersebut yang didukung oleh perkembangan teknologi. Adapun gambarannya adalah seperti berikut:

Fitur Teknologi terus berkembang



Jadi melalui gambar ini ada yang perlu sedikit diluruskan mengenai anggapan masyarakat selama ini ketika ia berlangganan suatu konten yang ditawarkan konten provider, bahwa tidak selamanya masyarakat ada pelanggan suatu operator seluler ketika ia berlangganan konten, namun ketika ia berlangganan konten, masyarakat adalah pelanggan dari konten provider tersebut, bukan pelanggan dari operator seluler. Dimana dalam posisi tersebut operator adalah sebagai penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan saja layak ISP (*internet service provider*) pada internet. Misalnya, masyarakat membeli pizza melalui internet dan perusahaan pizza mengantarkan pizza tersebut pada masyarakat, bila terjadi komplain maka masyarakat komplain pada pihak perusahaan pizza bukan pada perusahaan penyedia internet. Demikian juga dalam hal hubungan konten provider-operator-masyarakat.

Hal mengenai hubungan tersebut di atas maka akan mengenai hal siapa yang harus bertanggung jawab atas kasus ini. Sebelumnya, maka perlu memperhatikan dua konsep hubungan antara konten provider-operator-user, yaitu yang digambarkan sebagai berikut:



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa ketika operator (pada konsep 1) hanya berfungsi sebagai penyedia jasa telekomunikasi yang tidak tahu-menahu mengenai program apa yang ditawarkan konten provider sehingga dalam hal ini pihak operator tidak dapat dipersalahkan secara langsung harus bertanggung jawab. Namun, bila yang dijalankan adalah konsep kedua dimana selain operator mengatur sistem pembayaran juga menerapkan sistem filter produk, maka bila terjadi kebobolan dan kesalahan dalam hal pemotongan pulsa maka operator ikut bertanggung jawab. Sejauh apa pertanggungjawaban pihak operator dan sejauh apa tanggung jawab konten provider dilihat dari perjanjian kerjasama kedua belah pihak.

4.3 Pelanggaran Hukum yang Dilakukan oleh PT X selaku Pelaku Usaha yang Menyediakan Layanan Telekomunikasi

4.3.1 Pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pelanggaran hukum yang dilakukan PT X selaku penyedia layanan telekomunikasi adalah:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Kenyamanan konsumen terganggu karena dalam melakukan komunikasi melalui telepon selular, konsumen menjadi was-was. Karena tanpa mereka sadari mereka dapat mengaktifkan suatu layanan premium dan menjadi pelanggan tetap layanan tersebut dan tersedot pulsanya tanpa sepengetahuan mereka. Terlebih karena dalam hal ini lebih dominan pengguna kartu prabayar, maka mereka juga tidak dapat mudah menyatakan pulsa mereka tersedot karena tidak ada tanda bukti pengisian pulsa dan pemotongan pulsa tersebut. Para pengguna telepon selular dapat menjadi was-was dimana mereka menjadi bingung bila mendapatkan *sms* yang berbau penawaran konten, apakah harus dibalas atau tidak untuk penolakan atas pengaktifan layanan tersebut karena salah penerapan ketentuan yang dilakukan oleh pihak operator. Kenyamanan konsumen juga semakin terganggu ketika para operator hanya memikirkan keuntungan pribadi tanpa kenal bulu melakukan penyedotan pulsa, padahal yang bagi sebagian kalangan pulsa lima ribu rupiah sangat berarti itu pada kenyataannya harus dapat berpasrah pulsanya dipotong seribu hingga dua ribu rupiah per hari untuk membayar suatu layanan yang belum tentu mereka sadari pengaktifannya. Adapun hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat mengkonsumsi barang dan/atau jasa tercantum dalam Pasal 4 huruf (a) UUPK.

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, serta jaminan yang dijanjikan.

Konsumen sebagai pengguna telepon selular dan mengandalkan operator sebagai penyedia layanan jasa telekomunikasi dalam hal ini terposisikan sebagai pihak yang tidak dapat memilih layanan jasa yang digunakan. Tanpa sepengetahuan konsumen, ternyata operator telah mengaktifkan layanan premium yang menghabiskan pulsa konsumen. Terkadang juga konsumen malah dipersulit karena untuk menolak suatu layanan premium, sang konsumen harus mengeluarkan sejumlah rupiah padahal jelas-jelas hal tersebut tidak ia butuhkan. Berdasarkan poin ini, maka PT X selaku operator telah melanggar ketentuan pasal 4 poin b UUPK.

3. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Dalam pelaksanaan pengendalian terjadinya penyedotan pulsa sepihak, pihak berwajib telah mengkonfirmasi hal ini pada pihak operator, namun dari pihak operator melakukan bantahan telah melakukan penyedotan pulsa dan menegaskan bahwa belum ada alat sedemikian rupa yang dapat menyedot pulsa konsumen. Konsumen jadi dalam posisi terpojok, terlebih lagi ketika mereka melakukan keluhan pada *call centre* yang memang seharusnya bertugas untuk melayani keluhan dan membantu konsumen tidak terlayani dengan baik dan lebih sering menjumpai mesin penjawab dan nada sibuk. Bilapun dapat berbicara dengan pihak layanan konsumen, konsumen cenderung dipersulit, diperlama, bahkan dioper-oper dari satu pihak ke pihak lain hingga membuat konsumen enggan untuk melakukan komplain. Posisi ini menjadikan konsumen tidak mempunyai tempat untuk melakukan keluhan atas pelayanan jasa telekomunikasi PT X. Tentunya hal ini telah melanggar Pasal 4 poin d UUPK mengenai hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

4. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

Pemerintah sebagai pihak pengendali dan pengawas yang diwakili oleh Kemenkominfo seharusnya memberikan info yang mengedukasi konsumen dan mengajarkan konsumen untuk dapat mencegah tindakan penyedotan pulsa ini terjadi. Pemerintah seharusnya dapat mencegah dan

melindungi konsumen, namun pada kenyataannya Pemerintah tidak cukup melindungi hingga terkesan mengabaikan bahwa pentingnya mensosialisasikan tindakan antisipasi terhadap kemungkinan terjadinya penyedotan pulsa.

5. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Penyedotan pulsa menjadi masalah karena tidak adanya pemberitahuan lebih awal mengenai adanya pemotongan mengenai suatu layanan yang diaktifkan operator dan tidak adanya persetujuan terlebih dahulu dari pihak konsumen mengenai layanan yang diaktifkan pada nomor selularnya dan tidak ada informasi mengenai jenis layanan yang diaktifkan. Hal ini jelas telah melanggar Pasal 7 poin b UUPK, dimana operator tanpa notifikasi terlebih dahulu mengaktifkan suatu layanan pada konsumen dan memotong sendiri pulsa konsumen. Dalam hal ini, operator telah tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai suatu layanan dan tidak memberikan penjelasan mengenai layanan tersebut.

4.3.2 Pelanggaran Terhadap Permenkominfo tentang Penyelenggaraan Jasa Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan

Selain melanggar pasal-pasal mengenai hak konsumen dalam UUPK, PT X selaku pelaku usaha jasa telekomunikasi telah melanggar beberapa poin dalam Permenkominfo nomor 01/PER/M. KOMINFO/01/2009 tentang Penyelenggaraan Jasa Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat ke Banyak Tujuan. Pasal yang telah dilanggar oleh PT X adalah:

1. Pasal 12 ayat 1 Permenkominfo yang menyatakan bahwa penyelenggara jasa pesan premium melalui mekanisme berlangganan wajib memberikan informasi keaktifan pengguna dalam layanan berlangganan dengan tarif tertentu serta informasi mengenai cara berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi).

Dimana dalam dugaan pelanggaran yang dilakukan oleh PT X, operator telah mengaktifkan suatu layanan yang tidak diminta oleh konsumen dan

tidak memberitahukan pada konsumen bahwa suatu layanan telah diaktifkan dan karena tidak ada pemberitahuan mengenai pengaktifan layanan maka pelanggaran pihak operator juga bertambah dengan tidak memberitahukan pada konsumen bagaimana menonaktifkan layanan tersebut. Jadi terkesan pihak operator sengaja melakukan pengaktifan tersebut demi memenuhi keuntungan pihak pelaku usaha saja.

2. Pasal 13 ayat 1 Permenkominfo yang menyatakan penyelenggara jasa pesan premium dilarang mengenakan biaya pendaftaran (registrasi/aktivasi) berlangganan.

Dalam dugaan pelanggaran ini, operator kebanyakan mengenakan tarif pengaktifan layanan yang ditawarkan pada konsumen. Padahal seharusnya dalam melakukan registrasi awal konsumen tidak dikenakan biaya apapun. Konsumen sudah rugi dua kali dalam hal ini karena sudah dipotong pulsa secara berkala karena terdaftar sebagai pelanggan suatu layanan, konsumen juga dipotong ketika didaftarkan pada suatu layanan secara illegal oleh operator. Berkaitan dengan pelanggaran ini, pihak operator seharusnya memenuhi beberapa poin wajib yang harus diinformasikan pada konsumen yang didaftarkan pada suatu layanan premium berlangganan.

- a. Pendaftaran (registrasi/aktivasi) telah berhasil.
 - b. Layanan telah dapat digunakan.
 - c. Identitas penyelenggara jasa pesan premium.
 - d. Tarif yang akan dikenakan kepada pengguna.
 - e. Cara penghentian berlangganan.
 - f. Periode waktu berlangganan.
 - g. Pusat panggilan yang dapat dihubungi.¹⁷⁸
3. Berdasarkan Pasal 14 Kemenkominfo yang menyatakan bahwa pemberhentian layanan *sms* premium seharusnya tidak dikenakan biaya mengenai pemberhentian suatu layanan premium, pihak PT X selaku operator juga telah melanggar hak konsumen karena pada kenyataannya ketika konsumen ingin menghentikan layanan tersebut, mereka akan

¹⁷⁸ Permenkominfo 1/2009, Ps. 13 ayat (1)

dikenakan tarif normal ketika masih berlangganan suatu layanan. Jelas dalam hal ini telah terjadi pelanggaran Permenkominfo tentang pengaturan layanan jasa *sms* premium.

4. Kemudian Pasal 18 yang menjelaskan bahwa pengiriman pesan jasa singkat ke banyak tujuan wajib menyediakan fasilitas kepada penerima pesan untuk menolak pengiriman pesan berikutnya.

Pelanggaran pihak operator juga mengenai pasal ini dimana pihak operator dalam beberapa kasus tetap mengirimkan layanan premium tersebut walaupun pihak konsumen sudah mengirimkan penonaktifan layanan premium tersebut. Jadi PT X juga melanggar pasal mengenai ketentuan dimana tetap menjalankan pengiriman *sms* kepada konsumen walaupun konsumen telah melakukan penolakan terhadap layanan tersebut.

Pelanggaran yang dilakukan oleh operator PT X sesuai dengan Permenkominfo maka dapat dikenakan sanksi berupa pencabutan izin dan larangan untuk penyelenggaraan layanan *sms* jasa premium.¹⁷⁹

4.4 Upaya Hukum yang dapat Ditempuh oleh Konsumen yang Dirugikan atas Dugaan Penyedotan Pulsa Sepihak PT X

Setiap konsumen pengguna jasa komunikasi yang merasa dirugikan dan hak-haknya telah dilanggar oleh PT X dapat menyelesaikan sengketa melalui pengadilan atau di luar pengadilan sesuai dengan pengaturan yang diatur dalam UUPK.¹⁸⁰ Namun demikian, harus selalu diusahakan penyelesaian sengketa secara damai secara lebih dahulu antara konsumen dengan PT X selaku pelaku usaha. Hal ini dapat dilakukan dengan pengajuan komplain/keluhan oleh konsumen terhadap PT X. Dalam mengajukan komplain ini, konsumen juga dapat didampingi oleh LPKSM, seperti YLKI. Apabila PT X menerima komplain tersebut dengan baik dan bersedia untuk memberikan kompensasi berupa ganti rugi yang layak, maka sengketa telah terselesaikan secara damai sehingga konsumen tidak perlu mengajukan gugatan melalui BPSK atau pengadilan negeri.

¹⁷⁹ Indonesia (c), Ps. 20 ayat (2)

¹⁸⁰ Indonesia (a), Ps. 45

Namun, apabila PT X berkeberatan melakukan kompensasi maka konsumen akan mengajukan gugatan kepada BPSK atau pengadilan negeri.

Dasar gugatan yang dapat diajukan konsumen pada PT X adalah bahwa PT X telah melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen sesuai dengan apa yang tercantum dalam UUPK atau dapat juga melakukan gugatan berupa PMH (perbuatan melawan hukum). Sebagaimana diatur dalam peraturan undang-undangan yang terkait yaitu Permenkominfo Nomor 1 Tahun 2009 bahwa setiap penyelenggara jasa layanan premium yang melanggar ketentuan peraturan ini akan diberikan sanksi berupa pencabutan izin dan pemberhentian penyelenggaraan jasa pesan premium.¹⁸¹

Ada 2 kriteria perbuatan melawan hukum yang merupakan akibat perbuatan manusia, yakni perbuatan manusia yang sesuai dengan hukum (*rechtmagigt, lawfull*) atau yang tidak sesuai dengan hukum (*onrechtmatig, unlawfull*). Dari 2 kriteria tersebut, kita akan mendapatkan apakah bentuk perbuatan melawan hukum tersebut berupa pelanggaran pidana (*factum delictum*), kesalahan perdata (*law of tort*) atau betindih sekaligus delik pidana dengan kesalahan perdata. Dalam hal terdapat kedua kesalahan (delik pidana sekaligus kesalahan perdata) maka sekaligus pula dapat dituntut hukuman pidana dan pertanggung jawaban perdata (*civil liability*).¹⁸² Dalam dugaan pelanggaran ini termasuk dalam kriteria PMH berupa kesalahan perdata. Dengan gugatan PMH, maka ketika terjadi perbuatan melawan hukum, maka dapat langsung melakukan tuntutan, dalam hal ini pada PT X selaku operator telepon selular.

Penyelesaian sengketa BPSK dapat dilakukan dengan mengajukan permohonan penyelesaian sengketa kepada BPSK secara tertulis ataupun lisan melalui sekretariat BPSK.¹⁸³ Permohonan yang diajukan secara tertulis akan

¹⁸¹ Indonesia (c), Ps. 20 ayat (2)

¹⁸² NM. Wahyu Kuncoro, SH, "Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum", <http://advokatku.blogspot.com/2009/01/wanprestasi-dan-perbuatan-melawan-hukum.html>, diakses pada tanggal 5 Desember 2011.

¹⁸³ Indonesia (g), Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Nomor 350/MPP/12/2001,Ps. 15 ayat (1).

dibuat tanda /bukti tanda terima oleh sekretariat BPSK.¹⁸⁴ Setiap penyelesaian sengketa konsumen di BPSK dilakukan oleh Majelis yang dibentuk berdasarkan Keputusan Ketua BPSK dan dibantu oleh Panitia.¹⁸⁵ Majelis tersebut haruslah memiliki anggota yang berjumlah ganjil dan paling sedikit tiga orang yang mewakili unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.¹⁸⁶ Adapun Ketua Majelis ditetapkan dari unsur pemerintah.¹⁸⁷ Sementara itu, Panitia berasal dari anggota Sekretariat yang ditunjuk dengan surat penetapan Ketua BPSK.¹⁸⁸

Selanjutnya Ketua BPSK memanggil PT X selaku pelaku usaha secara tertulis disertai dengan copy permohonan penyelesaian sengketa konsumen, selambat-lambatnya dalam waktu tiga hari kerja sejak permohonan penyelesaian sengketa diterima secara benar dan lengkap.¹⁸⁹ Dalam surat panggilan tersebut dicantumkan secara jelas mengenai tanggal, hari, jam, dan tempat persidangan serta kewajiban PT X untuk memberikan jawaban terhadap penyelesaian sengketa konsumen dan disampaikan pada hari persidangan pertama. Persidangan pertama dilaksanakan selambat-lambatnya pada hari kerja ketujuh terhitung sejak diterimanya permohonan penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK.

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi adalah konsiliasi, mediasi, atau arbitrase berdasarkan pilihan para pihak yang bersengketa.¹⁹⁰ Konsiliasi adalah suatu proses penyelesaian sengketa di antara para pihak dengan melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak memihak.¹⁹¹ Sementara itu, mediasi adalah proses negoisasi penyelesaian

¹⁸⁴ *Ibid*, Ps. 15 ayat (5)

¹⁸⁵ *Ibid*, Ps. 18 ayat (1)

¹⁸⁶ *Ibid*, Ps. 18 ayat (2)

¹⁸⁷ *Ibid*, Ps. 18 ayat (3)

¹⁸⁸ *Ibid*, Ps. 19 ayat (1)

¹⁸⁹ *Ibid*, Ps. 26 ayat (1)

¹⁹⁰ Indonesia (a), Ps. 52 huruf (a)

¹⁹¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala implementasinya*, (Jakarta: Kencana Pemada Media Group, 2008), hal. 106.

sengketa atas pemecahan masalah dimana pihak ketiga yang tidak memihak (*impartial*) bekerjasama dengan para pihak yang bersengketa untuk membantu memperoleh kesepakatan perjanjian yang memuaskan.¹⁹² Sedangkan arbitrase menurut Undnag-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa adalah cara penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan, yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.¹⁹³

Apabila salah satu pihak tidak hadir dalam persidangan, maka Majelis memberikan kesempatan terakhir pada PT X dan konsumen untuk hadir dalam persidangan kedua dengan membawa alat bukti yang diperlukan.¹⁹⁴ Persidangan kedua dilaksanakan selambat-lambatnya dalam waktu lima hari kerja terhitung sejak hari sidang pertama dengan diberitahukan melalui surat panggilan kepada PT X dan konsumen oleh sekretariat BPSK.¹⁹⁵ Bilamana pada sidang kedua konsumen tidak hadir maka gugatannya dianggap gugur demi hukum, sebaliknya bila PT X tidak hadir maka majelis akan mengabulkan tuntutan konsumen tanpa kehadiran PT X.¹⁹⁶

BPSK wajib mengeluarkan putusan dalam 21 hari kerja setelah gugatan diterima.¹⁹⁷ Apabila PT X tidak mengajukan keberatan, dalam jangka waktu 14 hari atas putusan yang telah dikeluarkan oleh BPSK, maka PT X dianggap menerima putusan tersebut.¹⁹⁸ Namun apabila PT X berkeberatan dengan putusan tersebut maka PT X dapat mengajukan keberatan ke pengadilan negeri. Pengadilan negeri wajib mengeluarkan putusan dalam waktu 21 hari setelah

¹⁹² *Ibid*, hal. 109

¹⁹³ *Ibid*, hal 141

¹⁹⁴ Indonesia (g), Ps. 36 ayat (1)

¹⁹⁵ *Ibid*, Ps. 36 ayat (2)

¹⁹⁶ *Ibid*, Ps. 36 ayat (3)

¹⁹⁷ Indonesia (a), Ps. 55

¹⁹⁸ *Ibid*, Ps. 56 ayat (2) dan (3)

keberatan diterima.¹⁹⁹ Adapun pengajuan kasasi ke Mahkamah Agung dilakukan dalam 14 hari setelah dikeluarkannya putusan pengadilan.²⁰⁰ Dalam waktu paling lambat 30 hari, Mahkamah Agung harus sudah mengeluarkan putusan.²⁰¹

Apabila penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan, maka gugatan yang diajukan konsumen dapat dilakukan secara langsung tanpa terlebih dahulu melalui BPSK.²⁰² Gugatan dapat diajukan melalui pengadilan negeri di tempat kedudukan konsumen. Adapun tata cara penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan mengacu pada ketentuan hukum acara perdata. Dalam hal ini berlakulah pasal 64 UUPK, dimana hakim mengacu pada ketentuan hukum perdata sepanjang tidak bertentangan dengan UUPK. Apabila bertentangan dengan UUPK, maka yang dipergunakan adalah ketentuan UUPK. Terhadap putusan yang dikeluarkan oleh pengadilan negeri, dapat diajukan banding sebagaimana layaknya perkara perdata biasa.

Dengan demikian UUPK telah memberikan jaminan kepastian hukum bagi konsumen jasa komunikasi agar dapat menuntut hak-haknya apabila merasa dirugikan oleh PT X sehubungan dengan terjadinya dugaan penyedotan pulsa sepihak.

4.5 Kebijakan Pemerintah dalam Upaya Menyelesaikan Dugaan Penyedotan Pulsa Sepihak oleh Operator

Indonesia sebagai negara berkembang, industrinya baru mengalami tahap permulaan. Telekomunikasi adalah salah satu bidang industri layanan jasa yang sedang padat-padatnyanya peminat. Banyak pelaku usaha baru terjun ke dalam bisnis jasa telekomunikasi. Namun, sejalan dengan perkembangannya ternyata ada beberapa kebobolan tindakan pelaku usaha yang tidak sejalan dengan regulasi yang telah ditetapkan Pemerintah. Ketentuan-ketentuan hukum yang seharusnya dijalankan oleh pihak pelaku usaha malah dicari sisi peluang untuk mengakali dan

¹⁹⁹ *Ibid*, Ps. 58 ayat (1)

²⁰⁰ *Ibid*, Ps. 58 ayat (2)

²⁰¹ *Ibid*, Ps. 58 ayat (3)

²⁰² *Ibid*, Ps 48

menyalahgunakannya. Sedangkan ketentuan yang seharusnya melindungi konsumen kurang berfungsi karena tidak diterapkan secara ketat.²⁰³ Hal ini mengakibatkan posisi konsumen kerap menjadi pihak yang dirugikan.

Sebelum terjadi kasus ini sebenarnya pihak Pemerintah sudah melakukan tindakan preventif berupa penetapan Permenkominfo Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penyelenggaraan Pesan Premium dan Pesan ke Banyak tujuan. Sebagai tindakan lanjutan untuk menyelesaikan kasus ini Pemerintah diwakili oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi akhirnya menerapkan lima kebijakan melalui surat edaran BRTI (Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia). Sedangkan pihak kepolisian sendiri sebagai aparat penegak hukum sedang dalam proses mengkaji kemungkinan mengusut perkara langsung berdasar gejala kejadian, bukan berdasarkan delik aduan. Adapun lima keputusan BRTI tersebut menurut salah satu anggota BRTI, Adiseno, antara lain BRTI akan menyampaikan data yang diduga merugikan konsumen terkait penyedotan pulsa melalui sms premium kepada Polri, untuk diteliti secara hukum. Berdasarkan kemauan publik, BRTI juga akan menjaga ketat hubungan bisnis antara operator dan penyedia konten dalam memberikan layanan pesan premium. BRTI juga akan merancang sistem aplikasi untuk memudahkan masyarakat, yang tidak menginginkan pesan premium akan segera dibuat.

Sementara, melalui surat edaran BRI hasil tindak lanjut rekomendasi rapat dengar pendapat Komisi 1 DPR RI, Menkominfo, BRTI dan penyelenggara telekomunikasi pada tanggal 10 Oktober dan hasil pertemuan dengan pemangku kepentingan industri telekomunikasi pada 11 Oktober maka BRTI menginstruksikan kepada seluruh Penyelenggara Telekomunikasi Jaringan Bergerak Selular dan Jaringan Tetap Lokal dengan Mobilitas Terbatas untuk:

1. Menghentikan penawaran konten melalui SMS broadcast/pop screen/ voice broadcast sampai dengan batas waktu yang akan ditentukan kemudian.
2. Melakukan deaktivasi/unregistrasi paling lambat Selasa, 18 Oktober 2011 pukul 00.00 WIB untuk semua layanan Jasa Pesan Premium (termasuk namun tidak terbatas pada SMS/MMS Premium berlangganan, nada

²⁰³ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*.

dering, games atau wallpaper) kecuali untuk layanan publik dan fasilitas jasa keuangan serta pasar modal yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, dengan memberikan notifikasi deaktivasi dan informasi cara registrasi ulang bagi pengguna yang berminat tanpa dikenakan biaya tambahan.

3. Menyediakan data rekapitulasi pulsa pengguna yang terpotong akibat layanan Jasa Pesan Premium yang diaktifkan melalui SMS broadcasting/pop screen.
4. Mengembalikan pulsa pengguna yang pernah diaktifkan dan dirugikan akibat layanan Jasa Pesan Premium.
5. Pelaksanaan butir 1 sampai 4 di atas wajib dilaporkan secara tertulis dan berkala kepada BRTI dimulai hari Rabu, 19 Oktober 2011 dan setiap hari Rabu pada tiap minggunya sampai dengan tanggal 31 Desember 2011.²⁰⁴

Jika ditemukan penyedia konten yang melakukan pelanggaran, maka BRTI akan menemui operator seluler agar penyedia konten segera diberhentikan dan diumumkan ke publik.²⁰⁵ Dan yang terakhir, BRTI dan operator seluler akan membuat iklan layanan masyarakat secara masif yang menginformasikan nomor pengaduan. Lima keputusan ini selambat-lambatnya akan dilaksanakan dalam waktu tiga bulan.²⁰⁶

Sebagai tindakan lanjutan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Anggota Regulasi Telekomunikasi maka kedepannya akan terus dilakukan evaluasi dan penyelidikan tentang berbagai kemungkinan modus operandi dengan berkoordinasi antar instansi terkait seperti Kemensos, KPI, dan POLRI.

²⁰⁴ Fino Yuri Kristo, "BRTI Instruksikan Operator Berhentikan Layanan SMS Premium", <http://www.detik.net/brti-instruksikan-operator-stop-layanan-sms-premium.html> , diakses tanggal 15 Oktober 2011.

²⁰⁵ "Lima Keputusan BRTI Terkait Pencurian Pulsa", <http://www.lintasberita.com/Nasional/Berita-Lokal/ini-lima-keputusan-brti-terkait-pencurian-pulsa>, diakses tanggal 17 Oktober 2011.

²⁰⁶ Surat Edaran BRTI no 177 tentang Keputusan BRTI terkait Penyedotan Pulsa.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan sebagaimana yang telah disampaikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan atas beberapa hal, yaitu:

1. Telekomunikasi adalah salah satu bidang usaha yang perlu dikembangkan tanpa mengorbankan kepentingan masyarakat, meskipun penyedotan pulsa yang sudah terjadi yang dilakukan provider dan mitranya sempat merugikan masyarakat. Posisi tawar masyarakat sebagai konsumen lebih rendah karena operator selaku pelaku usaha memiliki kekuasaan penuh mengendalikan pasar yang tentu saja berdampak pada pembangunan dunia usaha yang tidak sehat.
2. Hak konsumen yang dilanggar adalah :
 - a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
 - b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, serta jaminan yang dijanjikan.
 - c. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
 - d. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
 - e. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Pemerintah sebagai pihak pengendali dan pengawasan kurang berperan aktif dalam memberikan sanksi terhadap konsumen terutama dalam hal terjadinya penyedotan pulsa. Peranan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat kurang berperan aktif untuk melindungi konsumen.
4. Undang-undang perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UU No.8 tahun 1999 kurang diterapkan untuk melindungi konsumen kalau

terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagaimana diatur pasal 9 UU No. 8 tahun 1999 yang antara lain disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, maupun memperdagangkan suatu barang atau jasa secara tidak benar.

5. Bahwa letak pertanggungjawaban pelaku usaha harus benar-benar melalui penyelidikan yang mendalam dan mempelajari dahulu konsep yang diterapkan oleh konten provider dan operator selular. Pertanggungjawaban akan mutlak ditangan konten provider bila operator berfungsi sebatas penyedia jasa telekomunikasi, atau tanggung jawab akan ditanggung bersama bila konsep yang diterapkan oleh operator sudah termasuk *billing system* dan *filter* konten.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran, yaitu:

1. Pemerintah perlu meningkatkan pengawasan dan pengendalian kepentingan konsumen dengan membuat regulasi yang lebih transparan terutama dalam kasus penyedotan pulsa dengan menerapkan sepenuhnya UU No. 8 Tahun 1999 untuk melindungi konsumen.
2. Pemerintah perlu mendorong peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat untuk melindungi konsumen.
3. Pemerintah lebih aktif memberikan edukasi kepada masyarakat sebagai konsumen akhir sehingga lebih berdaya memperjuangkan hak bila terjadi pelanggaran.
4. Perlunya ada perbaikan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam hal mengenai tugas Badan Perlindungan Konsumen seperti tugas untuk menyelidiki dugaan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.

DAFTAR REFERENSI

BUKU

- Garner, Bryan A.. *Black's Law Dictionary*. (St. Paul, Minnesota: West Group, 1999.
- Hartini, Rahayu. *Hukum Kepailitan*. Malang: UMM Press, 2005.
- Hurryati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta, 2005.
- Kennedy, Charles H.. *An Introduction to U.S. Telecommunication Law*, 2nd Edition. Norwood: Artech House Inc, 2001.
- Mamudji, Sri. Et al. *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005.
- Mertokusumo, Sudikno. *Penemuan Hukum: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Liberty, 1996. Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Cet. 2. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Miru, Ahmad. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala implementasinya*. Jakarta: Kencana Pemada Media Group, 2008.
- Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: Alumni, 1986.
- Samsul, Inosentius. *Materi Kuliah Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT Grasindo, 2000.
- Siahaan, N.H.T.. *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei, 2005.
- Soekanto, Soerjono. *Kegunaan Sosiologi Hukum Bagi Kalangan Hukum*. Jakarta: Citra Aditya Bakti, 1989.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2007.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Cet. 23. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.

Widjaya, Gunawan dan Ahmad Yani. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Ahmadjayadi, Cahyana. "Cyberlaw sebagai Sarana Sangat Penting bagi Perkembangan Sistem Informasi Nasional Berbasis Teknologi Komunikasi dan Informasi". Dalam *Laporan Forum Dialog Nasional Bidang Hukum dan Non Hukum*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2004.

Ramli, H. Ahmad M.. *Naskah Akademik Rancangan Peraturan Pemerintah tentang Transaksi Elektronik*. Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, 2007.

INTERNET

Ajie, Wisnu. "Telekomunikasi Sebuah Defenisi". <http://duniatelekomunikasi.wordpress.com/2008/03/23/telekomunikasi-sebuah-definisi/>. Diunduh 19 Desember 2011.

Kristo, Fino Yuri. "BRTI Instruksikan Operator Berhentikan Layanan SMS Premium". <http://www.detik.net/brti-instruksikan-operator-stop-layanan-sms-premium.html>. Diunduh 15 Oktober 2011.

Kuncoro, NM. Wahyu. "Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum". <http://advokatku.blogspot.com/2009/01/wanprestasi-dan-perbuatan-melawan-hukum.html>. Diunduh 5 Desember 2011.

Lee, Antony. "Tawaran Gombal si Penyedot Pulsa". <http://nasional.kompas.com/read/2011/10/07/06165153/Tawaran.Gombal.Si.Penyedot.Pulsa>. Diunduh 8 Oktober 2011.

Puji. "Pengertian Telekomunikasi". <http://puzies.blogspot.com/2009/12/pengertian-telekomunikasi.html>. Diunduh 17 Desember 2011.

Purnawanty, Jasfin Jani. "Kepastian Hukum pada Regulasi Tarif Telepon Seluler di Indonesia". <http://www.hukumonline.com>.

Vivanews, "Waspada SMS Sedot Pulsa", <http://www.berita-terbaru.com/berita-nasional/waspada-penipuan-sms-sedot-pulsa.html>. Diunduh 3 Desember 2011.

“Lima Keputusan BRTI Terkait Pencurian Pulsa”.
<http://www.lintasberita.com/Nasional/Berita-Lokal/ini-lima-keputusan-brti-terkait-pencurian-pulsa>. Diunduh 17 Oktober 2011.

HARIAN DAN MAJALAH

“Pencurian Pulsa: Total yang Terambil Rp 100 Milyar/Bulan.” *Kompas*. (2 Oktober 2011), hal.1.

“Tuyul Pulsa di Telepon kita.” *Tempo*. (26 September – 2 Oktober 2011).

“Pencurian Pulsa: Total yang Terambil Rp 100 Milyar/Bulan”, menurut Direktur Operasional IMOCA Tjandra Tedja di Jakarta.

PERATURAN

Indonesia. *Undang-Undang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa*, UU Nomor 30 Tahun 1999, LN No. 138 Tahun 1999, TLN No. 3872.

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

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

Indonesia. *Peraturan Pemerintah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat*, PP Nomor 59 Tahun 2001, LN No.104 tahun 2001.

Indonesia. *Peraturan Pemerintah Penyelenggaraan Telekomunikasi*, PP Nomor 52 Tahun 2000, LN No. 107 tahun 2000, TLN No.3980.

Menteri Komunikasi dan Informatika. *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika*. Permen No. 01/PERM. KOMINFO/2009.

Menteri Perhubungan. *Peraturan Menteri Perhubungan tentang Penetapan BRTI*. KM Nomor 21 Tahun 2003.

Menteri Komunikasi dan Informatika. *Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Penetapan BRTI*. Permenkominfo No. 36/PERM. KOMINFO/ 10/2008.

Menteri Perindustrian dan Perdagangan. *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen*. Kepmen Nomor 350/MPP/12/2001.

Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia. *Surat Edaran BRTI tentang Keputusan BRTI terkat Penyedotan Pulsa*. Surat Edaran Nomor 177 Tahun 2011.

The Netherlands Telecommunication Act 1988





**MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
REPUBLIK INDONESIA**

PERATURAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

NOMOR : 01 /PER/M. KOMINFO/01/2009

TENTANG

**PENYELENGGARAAN JASA PESAN PREMIUM DAN PENGIRIMAN JASA PESAN
SINGKAT (*SHORT MESSAGING SERVICE/SMS*)
KE BANYAK TUJUAN (*BROADCAST*)**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA,**

- Menimbang : a. bahwa perkembangan teknologi telekomunikasi dan diversifikasi penyelenggaraan jasa telekomunikasi mengakibatkan timbulnya jenis jasa telekomunikasi baru, yaitu penyelenggaraan jasa pesan premium yang terdiri atas jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) dan jasa pesan multimedia (*multimedia messaging service/mms*) yang diselenggarakan dengan pengenaan tarif premium, serta pengiriman jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) ke banyak tujuan (*broadcast*);
- b. bahwa untuk keperluan perlindungan terhadap pelanggan, penyelenggaraan jasa pesan premium dan pengiriman jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) ke banyak tujuan (*broadcast*) perlu diatur penyelenggaraannya;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, dipandang perlu ditetapkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika tentang Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium dan Pengiriman Jasa Pesan Singkat (*Short Messaging Service/SMS*) ke Banyak Tujuan (*Broadcast*).

- Mengingat : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 154, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3881);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor: 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843);
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor: 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 107, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3980);
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor: 53 Tahun 2000 tentang Penggunaan Spektrum Frekuensi Radio dan Orbit Satelit (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 108, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3981);
5. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas dan Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor: 20 Tahun 2008;

6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor: 10 Tahun 2005 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor: 21 Tahun 2008;
7. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor: KM.20 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 30/Per/M.KOMINFO/10/2008;
8. Keputusan Menteri Perhubungan Nomor: KM.21 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 31 /Per/M.KOMINFO/10/2008;
9. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 03/P/M.Kominfo/5/2005 tentang Penyesuaian Kata Sebutan pada Beberapa Keputusan/Peraturan Menteri Perhubungan yang Mengatur Materi Muatan Khusus di Bidang Pos dan Telekomunikasi;
10. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor: 25/P/M.KOMINFO/07/2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Komunikasi dan Informatika;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : **PERATURAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA TENTANG PENYELENGGARAAN JASA PESAN PREMIUM.**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan ini yang dimaksud dengan :

1. Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya;
2. Jasa telekomunikasi adalah layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi;
3. Jaringan telekomunikasi adalah rangkaian perangkat telekomunikasi dan kelengkapannya yang digunakan dalam rangka bertelekomunikasi;
4. Penyelenggara telekomunikasi adalah perseorangan, koperasi, badan usaha milik daerah, badan usaha milik negara, badan usaha swasta, instansi pemerintah, dan instansi pertahanan keamanan negara;
5. Penyelenggaraan telekomunikasi adalah kegiatan penyediaan dan pelayanan telekomunikasi sehingga memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi;
6. Penyelenggaraan jaringan telekomunikasi adalah kegiatan penyediaan dan atau pelayanan jaringan telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi;
7. Penyelenggaraan jasa telekomunikasi adalah kegiatan penyediaan dan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi;
8. Penyelenggaraan jasa teleponi dasar adalah penyelenggaraan jasa telepon yang menggunakan teknologi circuit-switched yaitu telepon, faksimil, telex dan telegraf;
9. Penyelenggaraan jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) adalah penyelenggaraan jasa telekomunikasi berupa pengiriman dan atau penerimaan pesan singkat berupa teks melalui jaringan telekomunikasi;

10. Penyelenggaraan jasa pesan multimedia (*multimedia messaging service/mms*) adalah penyelenggaraan jasa telekomunikasi berupa pengiriman dan atau penerimaan pesan berbasis teknologi informasi antara lain berupa animasi, citra, audio dan video melalui jaringan telekomunikasi;
11. Penyelenggaraan jasa pesan premium adalah penyelenggaraan jasa *sms* dan atau *mms* yang diselenggarakan melalui mekanisme berlangganan dan atau tidak berlangganan, dengan tarif yang lebih tinggi daripada tarif penyelenggaraan jasa *sms* dan atau *mms*;
12. Pengguna adalah perseorangan, badan hukum, instansi pemerintah yang menggunakan jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi, baik berdasarkan kontrak maupun tidak;
13. Menteri adalah Menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang telekomunikasi;
14. BRTI adalah Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia.

BAB II

PENYELENGGARAAN JASA PESAN PREMIUM

Bagian Pertama

Persyaratan

Pasal 2

- (1) Penyelenggaraan jasa pesan premium diselenggarakan setelah mendapat izin.
- (2) Izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa pendaftaran penyelenggaraan jasa pesan premium kepada BRTI.
- (3) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilaksanakan dengan menggunakan formulir pendaftaran dan melampirkan surat pernyataan sebagaimana dimaksud dalam Lampiran I dan Lampiran II Peraturan ini.

Pasal 3

- (1) Jasa pesan premium diselenggarakan oleh penyelenggara jasa pesan premium berdasarkan kerjasama dengan penyelenggara jaringan telekomunikasi yang menyelenggarakan jasa teleponi dasar.
- (2) Kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib dituangkan dalam bentuk perjanjian kerjasama tertulis yang sekurang-kurangnya memuat:
 - a. Lingkup kerjasama;
 - b. Hak dan kewajiban masing-masing pihak;
 - c. Jenis dan layanan yang ditawarkan;
 - d. Nomor akses (*access number*) yang digunakan;
 - e. Besaran tarif;
 - f. Pembagian pendapatan masing-masing pihak; dan
 - g. Jangka waktu perjanjian kerjasama;

Pasal 4

- (1) Penyelenggaraan jasa pesan premium dilaksanakan dengan menggunakan nomor akses (*access number*) tertentu.
- (2) Nomor akses (*access number*) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam perjanjian kerjasama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.

Pasal 5

Penyelenggara jasa pesan premium dilarang menyediakan jasa pesan premium yang isinya bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Bagian Kedua

Biaya Hak Penyelenggaraan Telekomunikasi

Pasal 6

- (1) Penyelenggara jasa pesan premium wajib membayar Biaya Hak Penyelenggaraan Telekomunikasi.
- (2) Tarif Biaya Hak Penyelenggaraan Telekomunikasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah.

Bagian Ketiga

Mekanisme Penyelenggaraan

Pasal 7

Penyelenggaraan jasa pesan premium diselenggarakan melalui mekanisme:

- a. berlangganan;
- b. tidak berlangganan.

Pasal 8

Mekanisme berlangganan sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 huruf a merupakan mekanisme di mana:

- a. pesan dikirimkan kepada pengguna setelah pengguna melakukan pendaftaran (aktivasi/registrasi) terlebih dahulu; dan
- b. pengguna akan menerima pesan yang dikirim oleh penyelenggara jasa pesan premium secara berkala.

Pasal 9

Mekanisme tidak berlangganan sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 huruf b merupakan mekanisme di mana:

- a. pesan dikirimkan kepada pengguna setelah pengguna menyampaikan permintaan tanpa melakukan pendaftaran (aktivasi/registrasi) terlebih dahulu; dan atau
- b. pengguna akan menerima pesan yang dikirim oleh penyelenggara jasa pesan premium tidak secara berkala.

Pasal 10

- (1) Mekanisme tidak berlangganan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf b dapat diselenggarakan antara lain melalui layanan jasa pesan premium yang diselenggarakan berdasarkan kegiatan undian/promosi.
- (2) Jasa pesan premium yang diselenggarakan berdasarkan kegiatan undian/promosi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin dari instansi yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang kegiatan undian/promosi.

Pasal 11

Penyelenggara jasa pesan premium wajib menyediakan:

- a. Pusat Panggilan (*Call Center*) dengan nomor khusus yang dapat dihubungi setiap saat selama 24 (duapuluh empat) jam per hari.
- b. Pusat Panggilan sebagaimana dimaksud pada huruf a wajib menyediakan fasilitas dukungan layanan (*first line support*) yang berfungsi untuk menangani pertanyaan, keluhan dan permintaan pengguna melalui pusat panggilan.

Bagian Keempat

Penyelenggaraan Jasa Pesan Premium Melalui Mekanisme Berlangganan

Pasal 12

- (1) Penyelenggara jasa pesan premium melalui mekanisme berlangganan wajib memberikan informasi keaktifan pengguna dalam layanan berlangganan dengan tarif tertentu serta informasi mengenai cara berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi).
- (2) Dalam hal pengguna melakukan pendaftaran (registrasi/aktivasi) berlangganan jasa pesan premium, penyelenggara jasa pesan premium wajib memberikan informasi bahwa pengguna telah dapat memanfaatkan jasa pesan premium serta informasi tentang besaran tarif, layanan, cara deaktivasi, dan nomor *call center*.
- (3) Dalam hal pengguna meminta untuk berhenti berlangganan (deaktivasi) jasa pesan premium, penyelenggara jasa pesan premium wajib menghentikan layanannya segera setelah permintaan berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi) diterima dengan lengkap.

Pasal 13

- (1) Penyelenggara jasa pesan premium dilarang mengenakan biaya pendaftaran (registrasi/aktivasi) berlangganan.
- (2) Setelah pendaftaran (registrasi/aktivasi) dilakukan, penyelenggara jasa pesan premium wajib memberikan informasi kepada pengguna sekurang-kurangnya:
 - a. pendaftaran (registrasi/aktivasi) telah berhasil;
 - b. layanan telah dapat digunakan;
 - c. identitas penyelenggara jasa pesan premium;
 - d. tarif yang akan dikenakan kepada pengguna;
 - e. cara penghentian berlangganan (deregistrasi/deaktivasi);
 - f. periode waktu berlangganan;
 - g. Pusat Panggilan (*Call Centre*) yang dapat dihubungi.

Pasal 14

- (1) Permintaan berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi) dapat dilakukan sekurang-kurangnya melalui sms, mms atau melalui call centre.
- (2) Dalam hal pengguna menggunakan sms atau mms untuk berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi) tanpa menyebutkan jenis layanan, penyelenggara jasa pesan premium wajib menginformasikan melalui sms atau mms tanpa dikenakan biaya mengenai cara yang benar untuk berhenti berlangganan disertai informasi tentang jenis layanan yang pernah didaftarkan oleh pengguna dan nomor call centre yang dapat dihubungi.
- (3) Setelah permintaan berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi) diterima dengan lengkap, penyelenggara jasa pesan premium wajib mengirimkan pemberitahuan melalui sms atau mms tanpa dikenakan biaya bahwa proses permintaan berhenti berlangganan (deregistrasi/deaktivasi) telah berhasil dilakukan.

BAB III

GANTI RUGI

Pasal 15

- (1) Pengguna berhak mengajukan ganti rugi kepada penyelenggara pesan premium atas kesalahan dan atau kelalaian penyelenggara jasa pesan premium yang menimbulkan kerugian pada pengguna.
- (2) Penyelenggara jasa pesan premium wajib memberikan ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), kecuali penyelenggara pesan premium dapat membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh kesalahan dan atau kelalaiannya.
- (3) Ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) terbatas kepada kerugian langsung yang diderita atas kesalahan dan atau kelalaian penyelenggara pesan premium.

Pasal 16

- (1) Penyelesaian ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 dapat dilaksanakan melalui proses pengadilan atau di luar pengadilan.
- (2) Tata cara pengajuan dan penyelesaian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

BAB IV

PENGIRIMAN JASA PESAN SINGKAT (*SHORT MESSAGING SERVICE/SMS*) KE BANYAK TUJUAN (*BROADCAST*)

Pasal 17

Pengirim jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) ke banyak tujuan (*broadcast*) dilarang mengirimkan pesan yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesucilaan, keamanan dan atau ketertiban umum.

Pasal 18

Pengirim jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) ke banyak tujuan (*broadcast*) wajib menyediakan fasilitas kepada penerima pesan untuk menolak pengiriman pesan berikutnya.

Pasal 19

Setelah penerima pesan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 menolak pengiriman pesan berikutnya, pengirim jasa pesan singkat (*short messaging service/sms*) ke banyak tujuan (*broadcast*) dilarang melakukan pengiriman pesan berikutnya.

BAB V

SANKSI

Pasal 20

- (1) Pelanggaran terhadap ketentuan dalam Peraturan ini dikenakan sanksi administrasi dan atau sanksi pidana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Penyelenggara jasa pesan premium yang melanggar ketentuan dalam Peraturan ini dikenakan sanksi administrasi berupa pencabutan izin dan larangan untuk menyelenggarakan jasa pesan premium.
- (3) Pencabutan izin dan larangan untuk menyelenggarakan jasa pesan premium sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan setelah penyelenggara jasa pesan premium diberikan peringatan tertulis sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut, di mana masing-masing peringatan tertulis berlangsung selama 7 (tujuh) hari kerja.

BAB VI

PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN

Pasal 21

- (1) Pengawasan dan pengendalian atas pelaksanaan Peraturan ini dilakukan oleh BRTI.
- (2) BRTI dapat menetapkan ketentuan teknis dalam rangka pengawasan dan pengendalian atas pelaksanaan Peraturan ini.

BAB VII

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 22

Dengan berlakunya Peraturan ini, penyelenggara jasa pesan premium dan pengirim jasa pesan

singkat (*short messaging service/sms*) ke banyak tujuan (*broadcast*) tetap dapat melakukan kegiatannya, dengan ketentuan selambat-lambatnya 90 (sembilan puluh) hari kalender sejak berlakunya Peraturan ini wajib menyesuaikan dengan Peraturan ini.

BAB VIII

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 23

Peraturan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 8 Januari
2009

MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA



Lampiran Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika
Nomor : 01 /PER/M.KOMINFO/01/2009
Tanggal : 8 JANUARI 2009

**SURAT PERNYATAAN
UNTUK MEMENUHI SELURUH KEWAJIBAN
SELAKU PENYELENGGARA JASA PESAN PREMIUM DAN TUNDUK PADA
KETENTUAN PERUNDANG-UNDANGAN YANG BERLAKU**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a :
J a b a t a n : Direktur Utama / Presiden Direktur *)
Nama Perusahaan :
Alamat Perusahaan :

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa kami akan memenuhi seluruh kewajiban selaku penyelenggara jasa pesan premium, dan kami akan tunduk pada ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini kami buat dengan sesungguhnya.

Jakarta,
PT.

Meterai Rp. 6.000,-

Nama jelas
Direktur Utama / Presiden Direktur *)

*) coret yang tidak perlu

MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA



**FORMULIR PENDAFTARAN
PENYELENGGARAAN JASA PESAN PREMIUM**

1. Nama penyelenggara jasa pesan premium: PT
2. Penanggung jawab (Direktur Utama / Presiden Direktur):
3. Alamat penyelenggara jasa pesan premium:
4. Telepon:
5. Jenis layanan yang ditawarkan:
6. Mekanisme penyelenggaraan:
Berlangganan / Tidak berlangganan *) coret yang tidak perlu
7. Bekerja sama dengan penyelenggara jaringan telekomunikasi: (sebutkan)
8. Nomor akses (*access number*) yang digunakan:
9. Nomor Pusat Panggilan (*Call Centre*)
10. Tarif yang dikenakan kepada pengguna: (sebutkan besarannya per jenis layanan).
11. Khusus untuk penyelenggara jasa pesan premium melalui mekanisme berlangganan:
 - a. Cara pendaftaran (registrasi/aktivasi) berlangganan:
 - b. Cara penghentian (deregistrasi/deaktivasi) berlangganan:

MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA





SURAT EDARAN
Nomor 177/BRTI/X/2011

Kepada Yth. : 1. Direktur Utama PT. Bakrie Telecom
2. Direktur Utama PT. Hutchison CP Telecommunication
3. Direktur Utama PT. Indosat
4. Direktur Utama PT. Mobile-8 Telecom
5. Direktur Utama PT. Natrindo Telepon Seluler
6. Direktur Utama PT. Sampoerna Telekomunikasi Indonesia
7. Direktur Utama PT. Smart Telecom
8. Direktur Utama PT. Telkom
9. Direktur Utama PT. Telkomsel
10. Direktur Utama PT. XL Axiata

Perihal : Instruksi Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Pesan Premium
Klasifikasi : Sangat Segera
Tembusan : Yth. Menteri Komunikasi dan Informatika

Menindaklanjuti rekomendasi Rapat Dengar Pendapat Komisi I DPR RI dengan Menteri Komunikasi dan Informatika, BRTI, dan Penyelenggara Telekomunikasi pada tanggal 10 Oktober 2011 dan hasil pertemuan dengan pemangku kepentingan industri telekomunikasi pada tanggal 11 Oktober 2011, maka untuk meningkatkan kualitas layanan Jasa Pesan Premium serta menanggulangi permasalahannya, dengan ini BRTI menginstruksikan kepada seluruh Penyelenggara Telekomunikasi Jaringan Bergerak Selular dan Jaringan Tetap Lokal dengan Mobilitas Terbatas untuk :

1. Menghentikan penawaran konten melalui SMS broadcast/pop-screen/voice broadcast sampai dengan batas waktu yang akan ditentukan kemudian;
2. Melakukan deaktivasi/unregistrasi paling lambat Selasa, 18 Oktober 2011 pukul 00:00 WIB untuk semua layanan Jasa Pesan Premium (termasuk namun tidak terbatas pada SMS/MMS Premium berlangganan, nada dering, games, atau wallpaper), kecuali untuk layanan publik dan fasilitas jasa keuangan serta pasar modal yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, dengan membenarkan notifikasi deaktivasi dan informasi cara registrasi ulang bagi pengguna yang berminat tanpa dikenakan biaya tambahan;
3. Menyediakan data rekapitulasi pulsa pengguna yang terpotong akibat layanan Jasa Pesan Premium yang diaktifkan melalui SMS broadcasting/pop-screen;
4. Mengembalikan pulsa pengguna yang pernah diaktifkan dan dirugikan akibat layanan Jasa Pesan Premium.



5. Pelaksanaan butir 1 sampai dengan 4 di atas wajib dilaporkan secara tertulis dan berkala kepada BRTI dimulai hari Rabu, 19 Oktober 2011 dan setiap hari Rabu pada tiap minggunya sampai dengan tanggal 31 Desember 2011.

Demikian instruksi ini untuk dilaksanakan dengan itikad baik guna membina industri telekomunikasi dan menumbuhkan industri kreatif dengan tetap menjunjung tinggi hak konsumen, sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 14 Oktober 2011
Direktur Jenderal Penyelenggara Pos dan
Informatika selaku Ketua BRTI,



SYUKRI BATUBARA

Menara Raviindu 11th Floor Jl. Kebon Sirih Kav. 75 Menteng, Jakarta - INDONESIA 10140
Ph. (62-21) 3154970, 3154971 Fax. (62-21) 3155070
www.brti.or.id