

CONSUMER PROTECTION IN TELECOMMUNICATION SERVICES AGREEMENTS VIEWED FROM THE PERSPECTIVE OF THE CONSUMER PROTECTION LAW

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERJANJIAN JASA TELEKOMUNIKASI DITINJAU DARI PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

NICO TJIU

Abstract

This study examines the implementation and effectiveness of the Consumer Protection Act (Law No. 8 of 1999) and the Telecommunications Act (Law No. 36 of 1999) within the context of telecommunications services in Indonesia. Utilizing a qualitative approach based on normative legal frameworks, this research assesses the extent to which these regulations have protected consumers' rights against unfair or misleading business practices by telecommunications service providers. Findings indicate that although the laws provide a robust legal basis for consumer protection, there are gaps in their enforcement that affect the effectiveness of these protections, particularly in the aspects of information transparency and complaint resolution. The study suggests enhancements in regulations and practices to ensure fairness and security in telecommunications services, thereby supporting healthy economic growth in Indonesia.

Keywords: Consumer Protection, Telecommunications Services, Consumer Protection Act, Telecommunications Act.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji penerapan dan efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) dan Undang-Undang Telekomunikasi (UU No. 36 Tahun 1999) dalam konteks jasa telekomunikasi di Indonesia. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis kerangka hukum normatif untuk menilai seberapa jauh regulasi tersebut telah melindungi hak-hak konsumen dalam menghadapi praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan oleh penyedia layanan telekomunikasi. Ditemukan bahwa meskipun UU tersebut menyediakan dasar hukum yang solid untuk perlindungan konsumen, masih terdapat celah dalam pelaksanaannya yang mempengaruhi efektivitas perlindungan tersebut, terutama

dalam aspek transparansi informasi dan penanganan keluhan. Studi ini menyarankan peningkatan regulasi dan praktik yang lebih efektif dalam perlindungan konsumen untuk memastikan keadilan dan keamanan dalam layanan telekomunikasi, serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang sehat di Indonesia.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Jasa Telekomunikasi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Telekomunikasi.

A. PENDAHULUAN

Layanan telekomunikasi memainkan peran esensial dalam mendukung rutinitas harian, menandai pengaruhnya yang mendalam di berbagai segi kehidupan pengguna. Sejalan dengan perkembangan pesat dalam teknologi komunikasi, fungsi layanan ini telah berkembang dari hanya alat komunikasi jarak jauh menjadi penanda status sosial, alat pencari kepuasan personal, dan juga sebagai medium untuk mengekspresikan hobi. Di zaman digital yang serba cepat ini, keberadaan smartphone telah meningkatkan pemakaian layanan telekomunikasi secara drastis, tidak hanya mencerminkan kenaikan akses terhadap informasi dan komunikasi tetapi juga menunjukkan peran pentingnya sebagai elemen kunci dalam dinamika kehidupan sosial dan budaya kontemporer (Rahmawati, 2018).

Konsumen di Indonesia sering kali menghadapi tantangan terkait dengan kesepakatan layanan telekomunikasi, termasuk isu-isu seperti kurangnya transparansi, keadilan dalam perjanjian, serta penyelesaian keluhan. Dengan perkembangan yang begitu cepat di bidang teknologi telekomunikasi, komunikasi kini tidak hanya terbatas sebagai cara berinteraksi dengan anggota keluarga yang berada jauh, tetapi juga telah bertransformasi menjadi simbol status sosial, alat untuk kepuasan pribadi, dan cara untuk memenuhi keinginan sementara serta sebagai sarana untuk menyalurkan hobi. Perkembangan teknologi ponsel pintar telah mendorong pertumbuhan industri penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia. Bertambahnya jumlah penyedia layanan ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan konsumsi layanan telekomunikasi oleh masyarakat (Haya dan Jenie, 2013).

Dalam dinamika industri telekomunikasi yang terus berkembang, perlindungan konsumen menjadi sangat krusial karena pasar tidak hanya menyediakan komunikasi tradisional, tetapi juga telah memasuki era akses internet. Kebutuhan ini diperkuat oleh percepatan teknologi yang memperluas jangkauan layanan, sehingga penting untuk menjamin keadilan kontrak, transparansi layanan, dan penanganan keluhan yang efisien. Kemajuan di bidang teknologi informasi telah menghapus batasan geografis, memudahkan transaksi digital yang meningkatkan risiko seperti cybercrime, yang dapat merugikan konsumen (Hanim, 2011). Dengan demikian, melindungi data pribadi pengguna dari penyalahgunaan menjadi prioritas utama. Perlindungan hukum yang menyeluruh dalam telekomunikasi juga harus mencakup pencegahan penipuan dan pelanggaran privasi melalui digital,

menggarisbawahi pentingnya regulasi yang kuat untuk memastikan keamanan dan keadilan bagi para konsumen (Fadhli dan Bahri, 2018).

Dalam regulasi perlindungan konsumen di sektor telekomunikasi Indonesia, terdapat celah-celah signifikan yang perlu diperbaiki untuk memperkuat hak-hak konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah kerangka hukum yang dirancang untuk mengamankan hak-hak konsumen, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kemandirian mereka dalam melindungi diri sendiri dan memotivasi pelaku usaha untuk bertanggung jawab dalam kegiatan bisnis mereka. Berdasarkan Pasal 2, undang-undang ini mencakup prinsip-prinsip seperti manfaat, keadilan, keseimbangan, serta keamanan dan keselamatan konsumen, selain itu juga memberikan kepastian hukum. Hal ini bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang sehat. Dalam praktiknya, undang-undang ini juga mendirikan Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang melibatkan berbagai unsur seperti pemerintah, pelaku usaha, LSM, akademisi, dan tenaga ahli, dengan anggota yang diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas persetujuan DPR. Namun, undang-undang ini belum mencakup perlindungan terhadap pelanggaran hak atas kekayaan intelektual yang diatur dalam Undang-undang tentang Paten dan Merek, menunjukkan kebutuhan untuk revisi undang-undang guna memperkuat perlindungan konsumen, terutama dalam konteks HAKI.

Evaluasi efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks jasa telekomunikasi, sebagaimana dibahas dalam berbagai jurnal, mempertimbangkan beberapa aspek esensial termasuk transparansi informasi. Undang-undang ini menggarisbawahi hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan akurat tentang layanan telekomunikasi yang mereka gunakan, yang memungkinkan mereka untuk membuat pilihan yang tepat dan menghindari kerugian (Ahimsa, 2022). Selain itu, dalam sektor jasa keuangan, perlindungan konsumen diakui sebagai tujuan utama oleh Otoritas Jasa Keuangan, menekankan pentingnya lembaga pengawas dalam melindungi hak-hak pengguna layanan telekomunikasi. Aspek perlindungan data pribadi juga krusial, dengan regulasi seperti Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang berperan dalam menjaga keamanan dan privasi data konsumen, menunjukkan kompleksitas dan kebutuhan terhadap regulasi yang kuat dalam memastikan keamanan dan privasi dalam layanan telekomunikasi (Halim, 2022).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perlindungan konsumen dalam perjanjian jasa telekomunikasi dengan mengacu pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana undang-undang tersebut telah diterapkan dalam praktik perjanjian jasa telekomunikasi dan mengevaluasi efektivitasnya dalam melindungi hak-hak konsumen. Dengan melakukan analisis mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konkret untuk meningkatkan

regulasi dan praktik di sektor telekomunikasi, sehingga dapat lebih efektif dalam melindungi konsumen dari praktek yang merugikan.

B. METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif, yang berlandaskan pada kerangka hukum normatif sebagai dasar utama (Robbani & Yuliana, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis kerangka hukum normatif untuk menganalisis secara mendalam implementasi dan efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks perjanjian jasa telekomunikasi, dengan fokus khusus pada aspek perlindungan hak konsumen. Metode ini melibatkan pengumpulan dan analisis data verbal serta tertulis yang relevan dengan penerapan undang-undang tersebut, memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi dampak sosial dan efektivitas kebijakan dalam melindungi konsumen.

Dalam kajian ini, bahan hukum primer yang digunakan adalah teks Undang-Undang Perlindungan Konsumen itu sendiri, sementara bahan hukum sekunder mencakup publikasi akademis, literatur hukum, dan dokumentasi lain yang berkaitan dengan perjanjian jasa telekomunikasi dan perlindungan konsumen. Teknik inventarisasi dan penelusuran bahan hukum dilakukan untuk mengumpulkan data yang kemudian diklasifikasikan, didokumentasikan, dan dianalisis secara kualitatif. Analisis ini disajikan dalam format deskriptif-analitis dengan menggunakan pendekatan deduktif untuk menilai sejauh mana Undang-Undang Perlindungan Konsumen berhasil memenuhi tujuannya dalam memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen.

C. HASIL

Pelanggaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha seringkali berdampak negatif bagi konsumen, termasuk dalam layanan yang disediakan oleh perusahaan telekomunikasi. Untuk memastikan perlindungan hak-hak konsumen sesuai yang diamanatkan oleh undang-undang, sangat penting untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Perlindungan hukum ini merupakan bentuk jaminan yang diberikan kepada subjek hukum berdasarkan peraturan hukum yang ada, yang mencakup tindakan preventif maupun represif, yang dapat bersifat tertulis atau tidak tertulis, dalam upaya menegakkan hukum. (Vernando, 2020).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyediakan kerangka hukum yang esensial untuk melindungi hak-hak konsumen di Indonesia, termasuk dalam sektor jasa telekomunikasi. Ketentuan dalam UU ini memberikan dasar bagi konsumen untuk memperoleh perlindungan hukum terhadap praktik bisnis yang tidak adil atau menyesatkan oleh penyedia jasa. Dalam konteks jasa telekomunikasi, UU ini sangat relevan mengingat tingginya tingkat interaksi dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan tersebut.

Pasal 1 ayat 1 dari UU ini menekankan pada kepastian hukum yang harus diberikan untuk melindungi konsumen, hal ini penting dalam jasa telekomunikasi di mana konsumen harus mendapatkan informasi yang benar dan jelas mengenai layanan yang mereka terima. Misalnya, informasi mengenai tarif, kualitas layanan, dan ketentuan lain yang terkait harus disampaikan secara transparan oleh penyedia layanan. Lebih lanjut, Pasal 1 ayat 2 mengidentifikasi siapa saja yang dianggap sebagai konsumen, yaitu individu yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan pribadi atau kelompok dan tidak untuk diperdagangkan. Ini termasuk pengguna layanan telekomunikasi yang menggunakan layanan tersebut untuk kebutuhan pribadi dan bukan untuk dijual kembali. Hal ini menekankan pentingnya perlindungan terhadap individu dari praktik bisnis yang bisa merugikan mereka.

Perlindungan hukum untuk konsumen tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), tetapi juga melalui Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, yang secara spesifik menyoal konsumen jasa telekomunikasi di Indonesia. Regulasi mengenai penyelenggaraan jasa telekomunikasi, terutama untuk layanan berbayar, saat ini diatur oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi serta Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi.

Dalam praktiknya, penerapan UU Perlindungan Konsumen dalam konteks jasa telekomunikasi melibatkan aspek-aspek seperti transparansi dalam perjanjian layanan, kejelasan mengenai biaya dan tarif, hak untuk mendapatkan layanan sesuai dengan yang diiklankan, dan hak untuk mengajukan keluhan serta mendapatkan penyelesaian yang adil apabila terjadi masalah. UU ini juga memberikan perlindungan jika terjadi pelanggaran hukum oleh pelaku usaha, seperti penipuan atau pelanggaran privasi, dimana konsumen dapat mengambil tindakan hukum terhadap penyedia layanan.

Dengan demikian, perlindungan konsumen adalah elemen esensial dalam menjalankan bisnis yang sehat, di mana terdapat keseimbangan dalam perlindungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Tanpa keseimbangan ini, konsumen berada dalam posisi yang rentan dan dapat mengalami kerugian baik akibat perjanjian yang dibuat dengan pelaku usaha maupun akibat perbuatan yang melanggar hukum oleh pelaku usaha, seperti yang dijelaskan oleh Celina Tri Siwi pada tahun 2011.

D. PEMBAHASAN

Peran hukum dalam ekonomi sangat penting untuk menciptakan pasar yang kompetitif dan ekonomi yang sehat. Perlindungan konsumen menjadi sangat krusial, terutama di era dimana investasi asing memiliki peran besar dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang terintegrasi dengan ekonomi global. Persaingan di tingkat internasional dapat memiliki dampak negatif terhadap konsumen jika tidak diatur dengan baik. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia dirancang untuk memastikan bahwa terdapat kepastian hukum yang melindungi hak-hak konsumen di dalam negeri (Maharani dan Dzikra. 2021).

Maharani dan Dzikra (2021) menyebutkan bahwa Az. Nasution membedakan antara hukum perlindungan konsumen dan hukum konsumen. Menurut Nasution, hukum perlindungan konsumen merupakan sebagian dari hukum konsumen yang mencakup prinsip-prinsip atau aturan yang secara eksplisit dirancang untuk melindungi kepentingan konsumen. Sementara itu, hukum konsumen lebih luas cakupannya, mengatur hubungan serta masalah antarpelaku ekonomi yang berinteraksi terkait dengan produk atau jasa dalam masyarakat. Namun, beberapa pandangan menganggap hukum perlindungan konsumen sebagai bagian integral dari hukum konsumen karena hukum ini melibatkan berbagai aspek hukum yang dalamnya termasuk perlindungan kepentingan konsumen.

Sebagai pengguna barang dan/atau jasa, konsumen dilengkapi dengan berbagai hak dan kewajiban. Mengetahui hak-hak ini sangat esensial agar individu dapat bertindak sebagai konsumen yang cerdas dan independen (Wicaksono, *et al.* 2021). Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 telah menetapkan hak-hak bagi konsumen dan kewajiban bagi pelaku usaha. Meskipun demikian, seringkali konsumen masih mendapati diri mereka dalam posisi yang tidak menguntungkan dengan daya tawar yang rendah karena kurangnya pemahaman terhadap hak-hak mereka atau karena menganggap masalah yang mereka hadapi sebagai hal yang umum. Lembaga perlindungan konsumen yang berdiri secara mandiri, sebagai lembaga advokasi, idealnya memiliki kemampuan untuk memperjuangkan hak-hak konsumen. Menurut Pasal 4 dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak-hak konsumen meliputi:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
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 dan 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 dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/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.

Oleh karena itu, sangat penting bagi konsumen untuk memiliki dan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, dan kemampuan dalam melindungi diri mereka sendiri. Penyebaran informasi tentang Undang-undang Perlindungan Konsumen perlu diintensifkan, terutama kepada masyarakat dengan pendidikan rendah dan tingkat sosial ekonomi yang lebih rendah, mengingat masalah-masalah ini sering kali timbul karena kurangnya pemahaman konsumen.

Menurut Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki kewajiban sebagai berikut

1. Membaca atau memahami instruksi dan prosedur penggunaan barang dan/atau jasa untuk memastikan keamanan dan keselamatan;
2. Bertindak dengan itikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Melakukan pembayaran sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati;
4. Berpartisipasi dalam upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara adil.

Penerapan hukum perlindungan konsumen dirancang tidak hanya untuk melindungi hak-hak konsumen tetapi juga untuk mendukung kelangsungan usaha para pelaku bisnis, bukan untuk menghambat pertumbuhan usahanya. Sebaliknya, keberadaan perlindungan ini sejatinya bertujuan untuk mendorong iklim bisnis yang sehat di mana persaingan dilakukan berdasarkan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Selanjutnya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah dengan memberikan bimbingan serta menerapkan sanksi terhadap pelanggaran yang terjadi. Selain itu, berdasarkan Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen, diatur juga hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha sebagai berikut:

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

Dalam konteks Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), ditegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian

penting dari ekosistem bisnis yang sehat, menciptakan keadilan dan keamanan dalam transaksi konsumen. Hal ini sangat relevan dalam sektor jasa telekomunikasi, di mana konsumen berinteraksi secara rutin dengan penyedia layanan.

Perlindungan hukum untuk konsumen tidak hanya dijamin oleh UU Perlindungan Konsumen (UUPK), tetapi juga oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, yang secara spesifik mengatur layanan telekomunikasi di Indonesia. Regulasi khusus untuk layanan berbayar dalam telekomunikasi saat ini diatur oleh Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi serta Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi. Dalam konteks perlindungan hukum konsumen layanan telekomunikasi, UU Telekomunikasi harus sesuai dengan UUPK terutama dalam hal menjamin hak-hak konsumen layanan telekomunikasi, penerimaan perjanjian baku, dan penyelesaian perselisihan antara konsumen dengan penyedia layanan (Abdoelah, 2018). Penyelenggara telekomunikasi wajib menjamin perlindungan konsumen yang mencakup kualitas layanan, biaya penggunaan layanan, kompensasi, dan lain-lain. Konsumen yang menderita kerugian karena kelalaian penyelenggara dalam mengoperasikan layanannya berhak mengajukan klaim.

Penyedia jasa telekomunikasi seringkali memiliki posisi yang lebih kuat dalam hubungan konsumen, mengingat sifat teknis layanan yang mereka sediakan dan ketergantungan konsumen terhadap layanan ini untuk kebutuhan sehari-hari. Kekuatan posisi ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan, dimana pelaku usaha mungkin tidak selalu bertindak dengan kepentingan terbaik konsumen. Oleh karena itu, pentingnya UUPK dalam konteks ini adalah untuk memastikan bahwa ada kepastian hukum yang melindungi konsumen dari praktek yang tidak adil atau merugikan dari penyedia layanan.

Menurut UUPK, kepastian hukum tersebut meliputi perlindungan dari kerugian yang bisa timbul baik karena kesalahan dalam perjanjian jasa atau karena perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh penyedia jasa. Hal ini mencakup perlindungan dari penipuan, kualitas layanan yang buruk, penyalahgunaan data pribadi, dan iklan yang menyesatkan. Khusus dalam jasa telekomunikasi, konsumen sering kali menghadapi isu seperti biaya tersembunyi, kesulitan dalam mengganti penyedia layanan, atau layanan yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan.

Perlindungan untuk konsumen tercermin dalam hak-hak yang diberikan oleh Undang-Undang Telekomunikasi. Menurut Pasal 15 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi konsumen yang menderita kerugian akibat kesalahan atau kelalaian penyelenggara telekomunikasi berhak untuk mengajukan klaim ganti rugi. Jika terjadi kerugian, konsumen dapat menuntut kompensasi dari penyelenggara layanan. Akan tetapi, penyelenggara layanan hanya wajib membayar ganti rugi jika tidak dapat membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan karena kesalahan atau kelalaian mereka. Ketentuan ini dirancang untuk menyeimbangkan kepentingan konsumen dan produsen, menciptakan solusi yang menguntungkan kedua

belah pihak. Proses penyesuaian ketentuan ini telah memperhatikan peraturan-peraturan yang ada, terutama Undang-Undang Telekomunikasi dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

UUPK mendorong penyedia layanan untuk bertindak transparan dan adil, memastikan bahwa konsumen memiliki informasi yang cukup sebelum memasuki perjanjian dan bahwa mereka memiliki akses mudah ke solusi jika terjadi masalah. Dengan kata lain, UUPK tidak hanya bertujuan untuk mengatasi masalah setelah terjadi, tetapi juga mencegah terjadinya melalui regulasi yang lebih ketat dan persyaratan kepatuhan yang jelas bagi penyedia jasa telekomunikasi. Ini termasuk ketentuan tentang penandaan halal, kualitas produk, dan keamanan layanan yang semuanya berkontribusi pada keamanan dan kenyamanan konsumen. Singkatnya, UUPK memperkuat posisi konsumen dalam pasar telekomunikasi dengan memastikan bahwa mereka dilindungi dari praktek bisnis yang tidak etis, meningkatkan kualitas layanan, dan mendukung transparansi dan tanggung jawab dari penyedia jasa telekomunikasi.

Secara keseluruhan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu UU Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi memainkan peran penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dimana hak-hak konsumen dijaga, sementara penyedia jasa telekomunikasi harus mematuhi standar yang telah ditetapkan untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab terhadap konsumennya. Dengan demikian, UU ini tidak hanya mengatur kepastian hukum tetapi juga mengarah pada peningkatan kualitas layanan dan kepercayaan konsumen dalam industri telekomunikasi.

E. KESIMPULAN

Perlindungan konsumen dalam sektor telekomunikasi di Indonesia menunjukkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) dan Undang-Undang Telekomunikasi (UU No. 36 Tahun 1999) memainkan peran krusial dalam memastikan hak-hak konsumen terlindungi sambil mendukung praktik bisnis yang adil dan transparan. UU ini dirancang untuk menjamin kepastian hukum dan keamanan bagi konsumen, dengan menyediakan kerangka hukum yang melindungi mereka dari praktek bisnis yang menyesatkan atau merugikan, seperti penipuan, pelanggaran privasi, dan iklan yang tidak jujur. Selain itu, kedua undang-undang ini juga mendukung penciptaan lingkungan bisnis yang sehat di mana persaingan berlangsung secara adil dan bertanggung jawab, mendorong penyedia layanan telekomunikasi untuk mempertahankan standar tinggi dalam kualitas layanan mereka. Dengan demikian, UU Perlindungan Konsumen dan UU Telekomunikasi tidak hanya memfasilitasi kepatuhan dan peningkatan layanan tapi juga menumbuhkan kepercayaan konsumen, yang merupakan pondasi penting untuk pertumbuhan ekonomi yang stabil dan keberlanjutan industri telekomunikasi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Abdoelah, F. (2018). Penerapan Gagasan Penempatan Anggota Polri/TNI Aktif Menjadi Pelaksana Tugas Kepala Daerah serta Dampaknya terhadap Demokrasi Indonesia.

Ahimsa, T. (2022). Transparansi Informasi sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan: Studi Komparasi di Indonesia, Singapura, dan Malaysia. *Dialogia Iuridica*, 13(2), 065-091.

Celina Tri Siwi, 2011. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika.

Fadhli, Z., & Bahri, S. (2018). Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggan Jasa Telekomunikasi Dalam Registrasi Kartu Seluler Prabayar Melalui Gerai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, 2(4), 743-751.

Halim, E. F. (2022). Perlindungan Hukum Data Pribadi Pembeli Di Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Indonesia. *Jurnal Hukum Visio Justisia*, 2(1).

Handayani, L. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Speedy Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Site Operation Panakukang Makassar. *el-Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 69-83.

Hanim, L. (2011). Pengaruh perkembangan teknologi informasi terhadap keabsahan perjanjian dalam perdagangan secara elektronik (e-commerce) di era globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*, 11, 56-66.

Haya, Y., & Jenie, S. I. (2013). *ANALISIS PERJANJIAN JASA TELEKOMUNIKASI ANTARA PT. TELKOM (PERSERO) DENGAN PELANGGAN PENGGUNA TELEPON KABEL PERORANGAN DI KOTA MAKASSAR (SUATU TINJAUAN DARI ASPEK PERLINDUNGAN KONSUMEN)* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

Maharani, A., & Dzikra, A. D. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659-666.

Rahmawati. (2018). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BELANJA MAHASISWA SUNAN PANDANARAN PADA PROVIDER TELEKOMUNIKASI DALAM PERSPEKTIF KONSUMSI ISLAM.

Robbani, H., & Yuliana, N. (2022). Analysis of Factors Affecting Learning Difficulties During the Covid-19 Pandemic: Research on Junior and Senior High School Adolescents in the Makassar Region, East Jakarta. *FOCUS*, 3(1), 55-58.

Vernando, O. (2020). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PELANGGAN PRODUK INDIHOME BERDASARKAN UU NO. 8 TAHUN 1999

TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KOTA PADANG. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Law, Bung Hatta University, 11(2).*

Wicaksono, R., Nugroho, A. A., & Agustanti, R. D. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Indihome Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum, 8(2), 149-159.*