

BAB III

BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM KEPADA KONSUMEN SEBAGAI PENGGUNA PRODUK TELEPON SELULER PRABAYAR TERHADAP DAMPAK PERSAINGAN TARIF TELEPON SELULER ANTAR OPERATOR

A. Dasar Hukum Telepon Seluler dan Pengaturan Tarif

Pengaturan mengenai telepon seluler diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi.

Telekomunikasi dapat diartikan sebagai teknologi telekomunikasi modern yang mencakup beberapa tipe komunikasi jarak jauh yang terdiri dari *aural* (bersangkutan dengan telinga atau indra pendengaran), *oral* (bersangkutan dengan wicara lisan yang dipertentangkan dengan tulisan) dan *visual* (dapat dilihat dengan indra penglihat (mata); berdasarkan penglihatan). *Telephone* adalah bicara jarak jauh¹¹.

Terkait dengan masalah tarif, saat ini terdapat regulasi Pemerintah secara umum mengatur mengenai tarif telekomunikasi, yaitu :

- a. Pasal 27 dan Pasal 28 Undang- Undang No.36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi;

¹¹ Wisnu Aji, *Dunia Telekomunikasi*, <http://www.wordpass.com>, Diakses tanggal 10 Desember 2019, Jam 19.30 WIB.

- b. Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 2000 Tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi;
- c. Keputusan Menteri Perhubungan No. KM. 21 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi;
- d. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.8/Per/M.KOMINFO/02/2006 tentang Interkoneksi;
- e. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 9/Per/M.Kominfo/IV/2008 tentang Tata Cara Penetapan Tarif Jasa Telekomunikasi yang disalurkan melalui jaringan Bergerak Seluler.

Regulasi-regulasi tersebut mengatur bahwa besaran tarif Telekomunikasi seluler diserahkan sepenuhnya kepada operator dengan mengacu pada formula dan susunan tarif yang ditetapkan pemerintah sebagaimana dijelaskan dalam pasal 28 Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, menyatakan bahwa:

“ Besaran tarif penyelenggaraan jaringan telekomunikasi dan atau jasa telekomunikasi dengan berdasarkan formula yang ditetapkan oleh Pemerintah”.

Struktur tarif jasa telepon dasar melalui jaringan bergerak seluler berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.12/Per/M.KOMINFO/02/2006 tentang Interkoneksi Pasal 2 ayat 1, terdiri dari :

- a. Biaya aktivasi;

- b. Biaya berlangganan bulanan;
- c. Biaya penggunaan;
- d. Biaya fasilitas tambahan.

B. Dampak Persaingan Tarif Operator Telepon Seluler

Perang tarif antar operator telekomunikasi mulai merebak kembali, padahal sebelumnya, gaya kompetisi untuk memikat pelanggan dengan cara ini sempat lama ditinggalkan.

Dimulai dari Indosat Ooredoo yang mempromosikan tarif telepon Rp 1 per detik secara nasional. Dengan membeli paket Freedom Combo 5.0, pelanggan Indosat dapat menikmati tarif telpon Rp 1 per detik antar operator.

Sebetulnya sah-sah saja, namun dari kaca mata industri, seperti diungkapkan Leonardo Henry Gavaza CFA, analis saham PT Bahana Securities, industri telekomunikasi di Indonesia sudah mulai pulih pasca perang harga yang dilakukan oleh para operator di tahun 2008 yang lalu.¹²

Jika Indosat terus melakukan perang harga seperti sekarang ini, Leo bisa memastikan profitabilitas perseroan akan semakin terpuruk. Bila profitabilitas terganggu dipastikan akan berdampak serius kepada *revenue* dan *net profit*. *Revenue* dan *net profit* perseroan akan kembali terseok-seok. Terlebih lagi tarif data yang dijual oleh operator saat ini sudah terbilang sangat murah.

¹² Dayu Padmara Rengganis, *Hukum Persaingan Usaha Perangkat Telekomunikasi dan Pemberlakuan Persetujuan ACFTA*, Op. Cit., hlm. 193

Jika Telkomsel sampai terpancing untuk menurunkan tarifnya kemungkinan Indosat dan XL bisa mati. Jika Indosat dan XL mati maka dominasi Telkomsel akan semakin kuat lagi yang ujungnya industri telekomunikasi nasional yang terpuruk,

Axis Telekomunikasi Indonesia dan Bakrie Telecom (Esia) pernah melakukan perang harga percakapan telponnya dan internet secara masif.

Akibatnya, industri telekomunikasi nasional mengalami tekanan dan mengurangi profitabilitas perusahaan telekomunikasi. Akhirnya kedua operator yang getol melakukan banting-bantingan harga, kini tinggal kenangan.¹³

Diprediksi oleh Henry keberanian Indosat menerapkan tarif telpon Rp 1 perdetik antar operator tersebut lantaran margin keuntungan anak usaha Ooredoo itu pada kuartal pertama tahun 2018 yang mengalami kenaikan. Dengan naiknya margin keuntungan tersebut, Indosat memiliki celah untuk melakukan perang harga.

Seperti diketahui bersama, tarif Rp 1 perdetik antar operator yang diberlakukan sejak pekan lalu merupakan tarif subsidi atau promosi yang diberikan Indosat untuk 'menjerat' calon konsumen yang berasal dari operator lain.

Seharusnya untuk menyelenggarakan jasa telekomunikasi antar operator, minimal Indosat harus mengeluarkan biaya Rp 250 per

¹³ [https://belajarjadiekonom.wordpress.com/2010/01/30/persaingan-operator-seluler-di-indonesia-memberikan-manfaat-bagi-stakeholder/diakses 17 Desember 2019](https://belajarjadiekonom.wordpress.com/2010/01/30/persaingan-operator-seluler-di-indonesia-memberikan-manfaat-bagi-stakeholder/diakses%2017%20Desember%202019)

menit sebagai biaya interkoneksi. Belum ditambah dengan biaya penyelenggaraan jaringan, operasional dan marketing Indosat.

Padahal menurut Kahlil Rowter, Chief Economist PT Danareksa Sekuritas selain kesulitan untuk membukukan pertumbuhan industri telekomunikasi dan memangkas margin, bahwa jika para operator telekomunikasi ini terus menerapkan tarif yang murah dan tidak masuk akal. Dipastikan kemampuan penyelenggara jasa telpon tersebut akan terganggu. Mereka tak akan lagi mampu untuk membangun, mengembangkan jaringan dan menjaga kualitas layanan.¹⁴



C. Perlindungan Terhadap Hak-hak Konsumen Produk Provider Telekomunikasi di Indonesia

Berbicara tentang Hak-Hak Konsumen tentunya tidak terlepas dengan Kewajiban Pelaku Usaha, lebih lanjut lagi membicarakan tentang Hak Konsumen dan Kewajiban Pelaku Usaha tentunya tidak akan terlepas dengan Kewajiban Konsumen dan Hak Pelaku Usaha.

Sehubungan dengan Hak dan Kewajiban Konsumen serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha, hal ini telah dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak-hak konsumen adalah hak-hak yang bersifat

¹⁴ Ibid.

universal. J.F Kennedy menentukan ada empat Hak Dasar konsumen, adalah sebagai berikut:¹⁵

1. Hak memperoleh keamanan (*the tight to safety*);
2. Hak memilih (*the right to choose*);
3. Hak mendapat informasi (*the right to be informed*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 4 secara eksplisit (tegas, terus terang, tidak berbelit-belit) ¹⁶ memuat delapan hak konsumen, sementara satu hak yang terakhir dirumuskan secara terbuka.

Maka berangkat dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjadi Hak-hak Konsumen produk provider telekomunikasi, adalah sebagai berikut:

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;

¹⁵ Mariam Badruzaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1991), hlm. 45

¹⁶ Sumber KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

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 mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan Perundang-undangan yang lain.¹⁷

Selanjutnya di samping hak-hak Konsumen produk provider telekomunikasi tersebut di atas, Pasal 5 Undang-undang

Perlindungan Konsumen juga mengatur tentang Kewajiban konsumen yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

¹⁷ Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.¹⁸

Demi untuk memberikan kepastian hukum dan kejelasan akan hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, maka undang-undang Perlindungan Konsumen telah memberikan peraturan mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari konsumen dan pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari pelaku usaha. Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen, menyatakan Hak penyelenggara produk provider telekomunikasi di Indonesia sebagai pelaku usaha, adalah:

1. Hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturanPerundang-undangan lainnya.¹⁹

¹⁸ Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Thun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁹ Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Thun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Selanjutnya Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyatakan Kewajiban penyelenggara produk provider telekomunikasi di Indonesia sebagai pelaku usaha, adalah:

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

Berdasarkan pemaparan di atas, dapatlah dikatakan bahwa tujuan daripada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah untuk:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif terhadap pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengacu unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Membubuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.²⁰

Ketidak-berpihakan terhadap konsumen menunjukkan lemahnya pelaksanaan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam memberikan peluang keadilan di dalam penegakan Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dan Konsumen dalam transaksi Barang. Hal ini dapat dilihat di lapangan, bahwa persaingan antar para pelaku usaha penyelenggara

²⁰ Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

produk provider telekomunikasi di Indonesia seringkali menyebabkan kerugian bagi konsumen. Tiga operator telepon seluler di Indonesia seakan-akan bersaing untuk merebut pelanggan atau pengguna kartu prabayar yang dihasilkannya.

Telkomsel, Satelindo, dan Exelcomindo bersaing untuk memperebutkan pasar seluler dengan melempar produk kartu prabayar yang menawarkan keunggulan masing-masing. Telkomsel lebih dulu melempar produknya dengan nama Simpati, Exelcomindo dengan Pro-XI, dan Satelindo dengan andalannya Mentari.

Para prinsipnya persaingan antar operator ini berpijak pada

tiga hal, yaitu :

1. harga yang murah,
2. kelengkapan fasilitas dan
3. kualitas pelayanan.

Masing-masing mereka berlomba mengiklankan produk dengan berbagai kelebihan yang dipunyainya. Hasilnya memang luar biasa, pasar ponsel mengalami *booming* kartu prabayar.

Kartu prabayar lebih praktis, setelah bayar langsung (membeli kartu) bisa digunakan. Hal ini sangat berbeda dengan sistem berlangganan yang memerlukan syarat administrasi yang berbelit – belit. Namun alasan utama mengapa orang memilih menggunakan prabayar daripada berlangganan bulanan, tentu ada pertimbangan ekonomis, yaitu ingin menggunakan ponsel secara terkendali

sehingga beban pembayaran lebih bisa dihemat. Tapi anehnya, banyak kasus ditemukan, seorang yang menggunakan kartu parabayar bukannya lebih hemat, sebaliknya malah semakin boros.

Bertolak dari fakta tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa yang murah itu belum tentu efisien, tapi yang efisien itu pasti murah. Dengan demikian, apakah artinya harga prabayar yang murah jika pada saat digunakan sering terputus, atau kualitas suaranya jelek, cakupnya terbatas, dan sebagainya. Masyarakat umumnya sering terjebak pada kesan pertama, dengan harga murah, sering terjebak pada kesan pertama, dengan harga murah, tetapi kualitasnya tidak dapat memuaskan penggunaannya.²¹

Semenjak awal memang keberadaan prabayar diperuntukan bagi segmen tertentu, seperti wisatawan, mahasiswa, pebisnis, dan sebagainya. Para pengguna prabayar ini diperkirakan mereka yang pemakaian tiap bulannya dibawah Rp. 150.000,-

²¹ Muhammad Sadi, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, (Malang: Setara Press. 2016), hlm. 128