

**TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN JASA PERJALANAN
(TRAVEL AGENCY) TERHADAP KONSUMENNYA
(Studi Pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)**

(Skripsi)

Oleh
LITARI ELISA PUTRI



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

ABSTRAK

TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN JASA PERJALANAN (TRAVEL AGENCY) TERHADAP KONSUMENNYA (Studi Pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)

**Oleh:
LITARI ELISA PUTRI**

Perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya merencanakan, menyelenggarakan dan melayani penjualan berbagai jenis paket-paket perjalanan. Untuk mempromosikan berbagai jenis paket-paket perjalanan kepada konsumennya, perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) memanfaatkan media internet, media massa cetak (koran), dan brosur. Walaupun terkadang informasi yang diberikan melalui media internet, media massa cetak (koran), dan brosur terlalu berlebihan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) yang tidak mengikutin aturan tersebut sehingga masih banyak konsumen yang merasa dirugikan. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan konsumennya, bagaimana tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif terapan dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, studi pustaka, dan studi dokumen. Pengolahan data yang dilakukan dengan cara pemeriksaan data, *editing*, dan sistematisasi data. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hubungan hukum antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tour dan konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours merupakan hubungan untuk melakukan pekerjaan berupa jasa pelayanan perjalanan. Hubungan hukum tersebut lahir dari adanya perjanjian diantara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tour dan konsumennya, yang menimbulkan

ikatan berupa hak dan kewajiban. Tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat wanprestasi yang dilakukan perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours merupakan bentuk tanggung jawab berupa ganti kerugian. Ganti kerugian tersebut diantaranya pengembalian uang yang setara dengan kerugian yang dialami konsumennya, mengganti jasa yang sejenis atau setara nilainya, dan memberikan kompensasi kepada konsumen yang dirugikan sebagai bentuk permintaan maaf dari perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours.

Kata kunci: Tanggung Jawab, Perusahaan Jasa Perjalanan, Konsumen.

**TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN JASA PERJALANAN
(TRAVEL AGENCY) TERHADAP KONSUMENNYA
(Studi Pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)**

Oleh

LITARI ELISA PUTRI

Skripsi

**Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM**

Pada

**Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

Judul Skripsi : **TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN JASA PERJALANAN (TRAVEL AGENCY) TERHADAP KONSUMENNYA (Studi pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)**

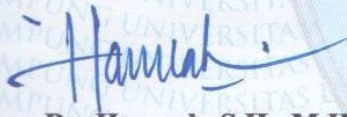
Nama Mahasiswa : **Titari Elisa Putri**

No. Pokok Mahasiswa : 1312011168

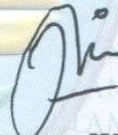
Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum



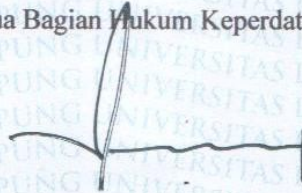


Dr. Hamzah, S.H., M.H.
NIP 19690520 199802 1 001



Yulia Kusuma Wardani, S.H., L.L.M.
NIP 19690712 199512 2 001

2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan



Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.
NIP 19601228 198903 1 001

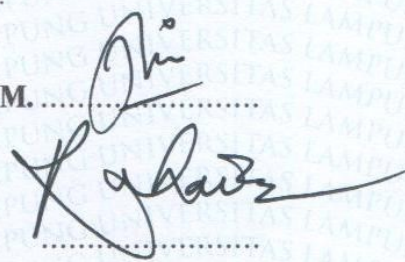
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Hamzah, S.H., M.H.**



Sekretaris/Anggota : **Yulia Kusuma Wardani, S.H., L.L.M.**



Penguji

Bukan Pembimbing : **Rohaini, S.H., M.H., Ph.D.**



Dekan Fakultas Hukum

Armen Yasir, S.H., M.Hum.
NIP 19620622 198703 1 005

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **24 Agustus 2017**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Litari Elisa Putri
Npm : 1312011168
Jurusan : Perdata
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“TANGGUNG JAWAB PERUSAHAAN JASA PERJALANAN (TRAVEL AGENCY) TERHADAP KONSUMENNYA (Studi Pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil plagiat sebagaimana diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung Dengan Surat Keputusan Rektor No. 3187/H26/DT/2010.

Bandar Lampung, 29 Agustus 2017



Litari Elisa Putri
NPM 1312011168

RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Litari Elisa Putri. Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 2 Juli 1995 dan merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak M. Syarif Sabaruddin dan Ibu Hilma Naira.

Penulis mengawali pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Karya Utama Perumanas Way Kandis Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2001, lalu melanjutkan ke Sekolah Dasar di SD Negeri 3 Perumnas Way Kandis Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2007, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 21 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2010, dan menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Atas di SMA Perintis 1 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2013.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN pada tahun 2013 dan penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 60 hari di Desa Dipasena Mulya, Kecamatan Rawa Jitu Timur, Kabupaten Tulang Bawang.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di organisasi kemahasiswaan pada Fakultas Hukum Universitas Lampung yaitu HIMA Perdata anggota bagian seni dan olahraga pada tahun 2016.

MOTO

*“sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum
hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”*

(Q.S Ar-Ra’d: 11)

*“Ketika satu pintu tertutup, pintu lain terbuka, namun terkadang
kita melihat dan menyesali pintu tertutup tersebut terlalu lama
hingga kita tidak melihat pintu lain yang telah terbuka”*

(Alexander Graham Bell)

PERSEMBAHAN

Atas Ridho Allah SWT dan dengan segala kerendahan hati
kupersembahkan skripsiku ini kepada:

Kedua orang tuaku tercinta Papa Syarif dan Mama Hilma
Yang selama ini selalu mendo'akanku agar senantiasa diberikan kemudahan dan
kelancaran dalam setiap langkahku, dan juga telah memberikan cinta, kasih
sayang, kebahagiaan, doa, serta pengorbanannya selama ini untuk keberhasilanku.

SANWACANA

Alhamdulillah *rabbil'alam*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam yang maha kuasa atas bumi, langit dan seluruh isinya, dan apa yang ada diantara keduanya, serta hakim yang maha adil di *yaumul akhir* kelak. Sebab, hanya dengan kehendak dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Perjalanan (*Travel Agency*) Terhadap Konsumennya (Studi Pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Lampung dibawah bimbingan dari dosen pembimbing serta atas bantuan dari berbagai pihak lain. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang Syafaatnya sangat kita nantikan di hari akhir kelak.

Penyelesaian penelitian ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Armen Yasir S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;

2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku Ketua Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Bapak Dr. Hamzah, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing I yang banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran, meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan masukan, motivasi dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;
4. Ibu Yulia Kusuma Wardani, S.H., L.L.M., selaku Pembimbing II yang banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran, membimbing, memberikan motivasi dan masukan yang membangun serta mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;
5. Ibu Rohaini, S.H., M.H., Ph.D., selaku Pembahas I yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun terhadap skripsi ini;
6. Bapak Dita Febrianto, S.H., M.Hum., selaku Pembahas II yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun terhadap skripsi ini;
7. Bapak Abdul Muthalib Tahar, S.H., M.H., selaku Pembimbing Akademik atas bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama menjalankan studi di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
8. Seluruh dosen dan karyawan/i Fakultas Hukum Universitas Lampung yang penuh dedikasi dalam memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis, serta segala bantuan secara teknis maupun administratif yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan studi;
9. Teristimewa untuk kedua orangtuaku Mama dan Papa yang selalu menjadi orangtua terhebat dalam hidupku, yang tiada hentinya memberikan dukungan

moril maupun materil juga memberikan kasih sayang, nasihat, semangat, dan doa yang tak pernah putus untuk kebahagiaan dan kesuksesanku. Terimakasih atas segalanya semoga kelak dapat membahagiakan, membanggakan, dan menjadi anak yang berbakti bagi kalian;

10. Untuk kakakku dan adik-adikku tercinta Revia Oktariani Syarif, Amd.AK., Miranda Berliani, dan M. Hilmansyah Sayih terimakasih untuk dukungan moril dan motivasi, kasih sayang yang diberikan selama ini, serta selalu mendoakan dan menyemangatiku;
11. Sahabat terbaik penulis, Dian Nuri, S.E., Rainzi Diara, Chufon Zulkifly, Aulia Nisasaraswati, Dita Risnia, S.H., Eli Susanti, S.Ked., Nur Ardila, S.E., Danny Octalianica, Wulan Anggraini, Wulan Septia, dan Nanda Fitriani, S.Pd., terimakasih selalu ada untukku baik saat suka maupun duka, serta motivasi dan doa yang diberikan selama ini, kalian sudah seperti keluarga bagiku, semoga persahabatan ini tetap terjalin untuk selamanya;
12. Sahabat-sahabat terbaikku selama menjalani perkuliahan, Dhea Handariningtyas, S.H., Evi Yatun Ruaida, S.H., Imanda Hana, S.H., Kuntari Chres, Lieta Vina Tania, Dwi Purnama Sari, Windi Tri Handayani, Ni Putu Fanindya, S.H., Rohana Fitri Silvia, S.H., dan Rizki Faza Rinanda, S.H., terimakasih untuk dukungan moril serta motivasi kepada penulis selama perkuliahan yang selalu ada baik saat senang maupun sedih, terimakasih telah memberi keceriaan dalam hidupku, semoga persahabatan ini tetap terjalin untuk selamanya;
13. Seluruh teman-temanku Hima Perdata Tahun 2013 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya.

14. Teman-teman KKN dan warga Desa Dipasena Mulya, Kecamatan Rawa Jitu Timur, Tulang Bawang. Tiur, dita, mba ayu, mba meri, kak sofyan, dan kak adit, terimakasih untuk kebersamaannya selama 60 hari;
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih atas semua bantuan dan dukungannya.
16. Almamater Tercinta, Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas jasa dan budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya, khususnya bagi penulis dalam mengembangkan dan mengamalkan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, Agustus 2017
Penulis,

Litari Elisa Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
COVER DALAM	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Ruang Lingkup	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Kegunaan Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Hukum Perlindungan Konsumen	9
1. Pengertian Perlindungan Hukum.....	9
2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	11
3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	13
4. Konsumen dan Pelaku Usaha	15
5. Pengertian Jasa	18
6. Promosi atau Iklan	19
B. Hukum Perjanjian	20
1. Pengertian Perjanjian.....	20
2. Asas-Asas Perjanjian	22
C. Hukum Perusahaan	24
1. Pengertian dan Lingkup Hukum Perusahaan	24
2. Pengusaha (<i>Principal</i>) dan Agen Perusahaan.....	26
a. Pengertian Pengusaha	26
b. Agen Perusahaan	27
1) Pengertian Agen Perusahaan	27
2) Kontrak Keagenan	28

D. Biro Perjalanan (<i>Travel Agency</i>)	32
1. Pengertian dan Kegiatan Usaha Biro Perjalanan (<i>Travel Agency</i>)	32
2. Dasar Hukum Biro Perjalanan (<i>Travel Agency</i>).....	34
3. Fungsi Biro Perjalanan (<i>Travel Agency</i>)	36
4. Perjanjian Kerjasama Biro Perjalanan (<i>Travel Agency</i>).....	37
a. Para Pihak dalam Perjanjian Kerjasama Biro Perjalanan	38
b. Hubungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Kerjasama Biro Perjalanan.....	42
E. Tanggung Jawab Hukum	43
F. Gambaran Umum PT Arie Tour dan Travel.....	50
G. Kerangka Pikir	52

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	54
B. Tipe Penelitian	54
C. Pendekatan Masalah.....	55
D. Data Dan Sumber Data	55
E. Metode Pengumpulan Data.....	56
F. Lokasi Penelitian	57
G. Metode Pengolahan Data	57
H. Analisis Data	58

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Hukum antara Perusahaan Jasa Perjalanan PT Arie Tours dan Konsumen.....	59
B. Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Perjalanan PT Arie Tours terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian	70
1. Bentuk-Bentuk Wanprestasi yang Dilakukan Perusahaan Jasa Perjalanan (<i>Travel Agency</i>).....	71
2. Penyelesaian Terjadinya Wanprestasi Bagi Konsumen Pengguna Jasa Perjalanan yang Dirugikan.....	74
3. Bentuk Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Perjalanan PT Arie Tours terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian	82

V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sarana transportasi saat ini semakin pesat, hal ini ditandai dengan bertambahnya alat transportasi khususnya pada jasa angkutan umum. Dengan adanya jasa angkutan umum yang semakin bertambah, maka mempermudah masyarakat untuk berpergian dari satu tempat ketempat yang lain. Apalagi di kota-kota besar, jasa angkutan umum sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, baik masyarakat yang sudah memiliki kendaraan pribadi maupun yang tidak memiliki kendaraan untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Dalam penggunaannya, jasa angkutan umum tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai alat angkut untuk mencari nafkah saja, akan tetapi digunakan sebagai alat transportasi untuk tujuan ke tempat-tempat wisata dengan dibantu oleh perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*).

Perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya merencanakan, menyelenggarakan dan melayani penjualan berbagai jenis paket-paket perjalanan wisata dengan tujuan ke dalam negeri (*domestic*) maupun ke luar negeri (*international*) atas inisiatif sendiri dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan mengambil keuntungan dari penyelenggaraan perjalanan

tersebut.¹ Dalam merencanakan kegiatan perjalanan wisatanya, perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) mengadakan berbagai macam bentuk paket wisata. Paket wisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan beberapa tujuan wisata yang tersusun dari berbagai fasilitas jasa perjalanan tertentu.² Paket-paket wisata tersebut meliputi pengurusan jasa angkutan perorangan atau kelompok, pemesanan akomodasi, restaurant dan sarana wisata lainnya, mengurus dokumen perjalanan, seperti tiket, paspor, visa atau dokumen lain yang diperlukan serta menyediakan pemandu wisata (*tour guide*) untuk mempermudah konsumen melakukan perjalanan wisatanya.

Perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) menawarkan barang dan/atau jasa kepada konsumen dengan menggunakan internet, media massa cetak (koran), dan brosur, dengan tujuan untuk mempromosikan barang dan/atau jasa tersebut. Promosi merupakan kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan.³

Perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) melakukan penawaran menggunakan media internet dengan cara membuat *website*, dimana *website*⁴ tersebut berisikan profil dari perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*), produk atau paket-paket perjalanan yang ditawarkan, layanan *kontak online* untuk tanya jawab bagi

¹Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2010, hlm. 114.

²A.J. Muljadi, *Kepariwisata dan Perjalanan*, Cetakan ke-3, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2009, hlm. 131.

³Wahyu sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2012, hlm. 77.

⁴*Website* adalah kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan/atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

konsumen yang ingin menanyakan mengenai perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*), alamat lengkap dari perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) apabila ada konsumen yang ingin datang langsung ke tempat perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*), serta testimonia yang berisikan komentar-komentar dari konsumen yang telah menggunakan jasa dari perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*). Apabila menggunakan media massa cetak (koran), perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) melakukan promosi dengan cara memasang iklan di berbagai media massa cetak (koran) dengan memuat iklan semenarik mungkin, dan promosi menggunakan brosur⁵ dilakukan dengan cara menyebarkan brosur ke tempat-tempat yang ramai didatangi oleh masyarakat.

Promosi yang dilakukan melalui internet, media massa cetak, dan brosur dimaksud untuk meyakinkan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*). Dimana isi yang terdapat di dalam internet, media massa cetak (koran), dan brosur tersebut menjelaskan berbagai hal, mulai dari tempat wisata yang akan dikunjungi konsumen, dengan memberikan informasi tentang keindahan wisatanya, tempat rekreasi yang menarik, udara yang sejuk, serta sajian makanan khas daerah yang nikmat. Bukan hanya tempat wisatanya saja yang dijelaskan melainkan tempat penginapan (hotel) yang berbintang, dengan pemandangan yang indah, serta alat transportasi bus yang akan digunakan saat melakukan perjalanan, dimana Bus tersebut memiliki fasilitas seperti, Busnya ber-AC, tersedia layanan internet (*WIFI*), terdapat kamar mandi, dan adanya tempat karaoke yang dapat dinikmati

⁵Brosur adalah publikasi resmi perusahaan berbentuk cetakan, yang berisi informasi mengenai suatu produk, layanan, atau program, yang ditujukan kepada masyarakat dan dibagikan secara gratis dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih terperinci mengenai produk, layanan, atau program tersebut untuk membantu upaya pemasaran atau *marketing public relations*.

konsumen. Tidak hanya fasilitasnya saja yang ditawarkan akan tetapi perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) memberikan promo-promo potongan harga kepada konsumennya, hal inilah yang membuat konsumen tertarik menggunakan jasa dari perusahaan jasa perjalanan, walaupun terkadang promosi yang diberikan terlalu berlebihan.

Demi melindungi konsumen dari bentuk promosi yang berlebihan, Pemerintah telah memberlakukan Peraturan Perundang-undangan mengenai Perlindungan Konsumen sejak tahun 1999, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). UU Perlindungan Konsumen memberikan kewajiban-kewajiban kepada pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab yang tidak hanya mementingkan haknya saja akan tetapi harus memenuhi kewajibannya, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. kewajiban-kewajiban tersebut berlaku juga bagi perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) dalam menjalankan kegiatan usahanya. Adapun kewajiban-kewajiban pelaku usaha jasa perjalanan secara tegas ditentukan dalam Pasal 7 Huruf b dan d UU Perlindungan Konsumen, yang menentukan :

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

Realitanya, meskipun sudah ada ketentuan yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Isi dari pada promosi kadang kala tidak sesuai dengan yang

ditawarkan, sehingga menimbulkan kerugian di pihak konsumen. Adapun contoh-contoh kerugian yang sering dialami konsumen, yaitu fasilitas dan akomodasi yang tidak sesuai sebagaimana yang ditawarkan pihak penyedia jasa, pemandu wisata (*tour guide*) yang kurang kompeten dan mengecewakan, serta keterlambatan alat transportasi yang akan digunakan untuk melakukan perjalanan wisata.

Sengketa yang pernah terjadi antara konsumen pengguna jasa dengan PT Arie Tours. Pada tanggal 26 Juni 2015 konsumen A menghubungi PT Arie Tours untuk melakukan perjalanan wisata ke Singapura bersama 5 anggota keluarganya. Konsumen A dan PT Arie Tours melakukan negosiasi mengenai keberangkatan perjalanan wisata yang disetujui tanggal 25 Juli 2015. Tanda persetujuan konsumen terhadap kesepakatan tersebut diikuti dengan pemenuhan kewajiban untuk membayar sejumlah uang kepada PT Arie Tours.

Pada tanggal keberangkatan yang telah disepakati, konsumen A beserta 5 anggota keluarganya mendapatkan konfirmasi dari PT Arie Tours bahwa perjalanan wisata tersebut mengalami penundaan selama beberapa hari. Penundaan keberangkatan perjalanan wisata tersebut disebabkan karena keterlambatan pemesanan tiket pesawat akibat dari kelalaian yang dilakukan oleh karyawan PT Arie Tours. Hal ini membuat konsumen A menuntut PT Arie Tours untuk bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen A beserta 5 anggota keluarganya.

Penelitian ini dilakukan guna menjelaskan tentang tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) terhadap konsumennya setelah terjadi kesepakatan antara keduanya yang saling mengikat. Sehingga terdapat kepastian hukum bagi konsumen dan pelaku usaha, serta solusi hukum yang dapat diberikan apabila terjadi permasalahan yang mengakibatkan kerugian.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Perjalanan (*Travel Agency*) Terhadap Konsumennya (Studi Pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung)”** yang akan penulis uraikan pada karya tulis dalam bentuk Skripsi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka yang menjadi permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours ?
2. Bagaimana tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian ?

C. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup permasalahan adalah:

1. Ruang lingkup keilmuan

Ruang lingkup kajian materi penelitian ini adalah ketentuan hukum mengenai tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) terhadap konsumennya pada PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung dengan implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bidang ilmu ini adalah hukum keperdataan, khususnya Hukum Perdata Ekonomi.

2. Ruang Lingkup Objek Kajian

Ruang lingkup objek kajian adalah mengkaji tentang bagaimana hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours, dan tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan hukum yang terjadi antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis ini adalah sebagai dasar pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu dibidang Hukum Perdata yang berkenaan dengan Hukum Perlindungan Konsumen.

2. Kegunaan Praktis

a) Sebagai upaya pengembangan kemampuan dan pengetahuan hukum bagi peneliti, khususnya mengenai Tanggung Jawab Perusahaan Jasa Perjalanan (*Travel Agency*) terhadap Konsumennya.

b) Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukan, khususnya bagi mahasiswa Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.

c) Sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana di Fakultas Hukum Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan perlindungan adalah (1) Tempat berlindung; (2) Perbuatan (*hal dan sebagainya*) melindungi.⁶ Pemaknaan kata perlindungan secara kebahasaan tersebut memiliki kemiripan atau kesamaan unsur-unsur, yaitu : (1) Unsur Tindakan Melindungi; (2) Unsur pihak-pihak yang melindungi; dan (3) Unsur cara-cara melindungi. Dengan demikian, kata perlindungan mengandung makna, yaitu suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi dari pihak-pihak tertentu yang ditujukan untuk pihak tertentu yang dengan menggunakan cara-cara tertentu.⁷

Perlindungan yang diberikan terhadap konsumen bermacam-macam, dapat berupa perlindungan ekonomi, sosial, politik. Perlindungan konsumen yang paling utama dan menjadi topik pembahasan ini adalah perlindungan hukum. Perlindungan hukum merupakan bentuk perlindungan yang utama karena berdasarkan pemikiran bahwa hukum sebagai sarana yang dapat mengakomodasi kepentingan dan hak konsumen secara komprehensif. Di samping itu, hukum memiliki

⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, cet. 1, Balai Pustaka, Jakarta, 1991, hlm. 595.

⁷Wahyu Sasongko, *Op. Cit.*, hlm. 30.

kekuatan memaksa yang diakui secara resmi di dalam negara, sehingga dapat dilaksanakan secara permanen. Berbeda dengan perlindungan melalui instansi lainnya seperti perlindungan ekonomi atau politik misalnya, yang bersifat temporer atau sementara.⁸

Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum. Hukum dalam memberikan perlindungan dapat melalui cara-cara tertentu, antara lain yaitu dengan :

- a. Membuat peraturan (*by giving regulation*), bertujuan untuk :
 - 1) Memberikan hak dan kewajiban;
 - 2) Menjamin hak-hak para subyek hukum.
- b. Menegakkan peraturan (*by law enforcement*) melalui :
 - 1) Hukum administrasi negara yang berfungsi untuk mencegah (*preventive*) terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen, dengan perizinan dan pengawasan;
 - 2) Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi (*repressive*) pelanggaran UU Perlindungan Konsumen, dengan mengenakan sanksi pidana dan hukuman;
 - 3) Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak (*curative; recovery; remedy*), dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.⁹

⁸*Ibid.*

⁹*Ibid.*, hlm. 31.

2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen. UU Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, dan sebagainya.¹⁰

Perlindungan konsumen dalam Pasal 1 Angka 1 UU Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan (hukum) yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan/atau jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai

¹⁰Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm . 37.

hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban produsen, serta cara-cara mempertahankan hak dan kewajiban tersebut.¹¹

Dalam berbagai literatur ditemukan sekurang-kurangnya dua istilah mengenai hukum yang mempersoalkan konsumen, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Az. Nasution menjelaskan bahwa kedua istilah itu berbeda, yaitu bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari konsumen. Hukum konsumen menurut beliau adalah “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat.”¹² Sedangkan hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.¹³

Pada dasarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak konsumen). Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur di dalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktik hidup bermasyarakat, itulah yang menjadi materi pembahasannya. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau

¹¹Janus Sidabolok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 45.

¹²Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*, Cetakan Kedua, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 22.

¹³*Ibid.*

hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen ditinjau air didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini dapat memberikan arah dalam implementasinya ditingkatkan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.¹⁴

Ada 5 asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Asas manfaat, yaitu untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan, yaitu agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan, yaitu untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, yaitu untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan,

¹⁴Sudaryatmo, et.al, *Konsumen Menggugat*, Pramedia, Jakarta, 2003, hlm. 60.

pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

- e. Asas kepastian hukum, yaitu agar pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan/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.

4. Konsumen dan Pelaku Usaha

a. Konsumen

Konsumen dalam Pasal 1 Angka 2 UU Perlindungan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak dapat diperdagangkan. Konsumen ada dua macam yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah penggunaan atau pemanfaatan akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.¹⁵ Pengertian konsumen dalam Pasal 1 Angka 2 UU Perlindungan Konsumen adalah termasuk konsumen akhir.

Konsumen mempunyai hak dan kewajibannya dalam melakukan usahanya, hal tersebut diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Hak konsumen dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 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.

¹⁵Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2006, hlm. 19.

- 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 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.

Kewajiban konsumen dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 1) Membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Ber'titikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

b. Pelaku Usaha

Pelaku Usaha dalam Pasal 1 Angka 3 UU Perlindungan Konsumen, yaitu setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-

sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Hak Pelaku Usaha dalam Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang ber'itikad 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/ jasa yang diperdagangkan.
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban Pelaku Usaha dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 1) Ber'itikad baik dalam melakukan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi 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 atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang di buat dan/atau yang diperdagangkan.
- 6) penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/ jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

5. Pengertian Jasa

Pasal 1 angka 5 UU Perlindungan Konsumen mengartikan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Berdasarkan pengertian tersebut, jasa dibedakan sesuai dengan bentuknya, yaitu berupa :

- a. Usaha atau bisnis pelatihan yang dijual atau dipasarkan kepada konsumen atau pelanggannya, misalnya kursus bahasa asing, kursus menjahit, kursus memasak, kursus musik, dan sebagainya.
- b. Usaha keterampilan yang dapat dilakukan oleh siapa pun yang memiliki keterampilan (*skill*), termasuk para perajin dan peramu jamu dan minuman (*bartender*).
- c. Memberikan pelayanan yang dapat didasarkan : (1) pada pekerjaan, misal sopir dan kondektur pada perusahaan transportasi umum (*public transportation*), hotel, dan restoran, atau (2) pada prestasi dari penyedia jasa pelayanan yang menjamin mutu pelayanan yang tinggi karena ahli dan memiliki reputasi yang baik, antara lain misalnya dokter, akuntan, dan advokat.

6. Promosi atau Iklan

Globalisasi telekomunikasi dan informasi sedang melanda dunia yang ditandai dengan perkembangan bisnis media massa yang begitu pesatnya, baik dalam elektronik maupun non-elektronik, sehingga banyak perusahaan atau orang perseorangan yang membuat bisnis reklame, iklan dan promosi secara signifikan. Bukanlah hal yang dianggap tabu jika bentuk dan jenis promosi ini semakin atraktif. Media yang digunakan beragam, promosi bisnis dapat dikemas melalui surat kabar (koran), majalah atau melalui radio, televisi dan bahkan internet. Disatu pihak, pelaku usaha gencar melakukan promosi dan iklan karena merupakan bagian dari proses pemasaran produk atau jasa yang dihasilkan.¹⁶

Hal ini menunjukkan adanya tingkat persaingan yang sangat ketat antar pelaku usaha dalam arti luas. Sementara itu, bisnis media cetak dan elektronik hingga saat ini masih mengandalkan sumber pemasukan keuangannya dari iklan. Oleh karena itu, tidaklah heran jika tampilan iklan pada halaman cetak dan program acara televisi dipenuhi dengan propaganda iklan yang berlebihan.

Propaganda tidak hanya berdampak terhadap konsumen saja, tetapi juga pelaku usaha. Dampaknya, dapat bersifat positif atau negatif. Dampak positif dari iklan adalah memberikan pesan dan informasi kepada siapapun yang melihat, membaca dan mendengarnya. Sedangkan dampak negatif bagi konsumen adalah jika propaganda bisnis tersebut tidak sesuai dengan produk atau dalam pengungkapannya melanggar nilai dan norma etika, moral dan sopan santun.

¹⁶Wahyu Sasongko, *Op. Cit.*, hlm. 76

B. Hukum Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Pengertian perjanjian telah diatur di dalam ketentuan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) yang menyatakan bahwa “suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih.”

Pengertian ini mengundang banyak kritik dari ahli hukum, karena menimbulkan penafsiran bahwa perjanjian tersebut yang bersifat sepihak, padahal dalam perjanjian harus terdapat interaksi aktif yang bersifat timbal balik di kedua belah pihak untuk melaksanakan hak dan kewajiban masing-masing. Untuk itu secara sederhana perjanjian dapat dirumuskan sebagai sebuah perbuatan dimana kedua belah pihak sepakat untuk saling mengikatkan diri satu sama lain.¹⁷

Suatu perjanjian juga dapat dikatakan sebagai suatu perbuatan untuk memperoleh seperangkat hak dan kewajiban. Perbuatan hukum dalam sebuah perjanjian merupakan perbuatan-perbuatan untuk melakukan sesuatu yang disebut hak dan kewajiban yang kemudian disebut sebagai sebuah prestasi. Prestasi-prestasi itu meliputi :

- a. Menyerahkan suatu barang;
- b. Melakukan suatu perbuatan;
- c. Tidak melakukan suatu perbuatan.

Perjanjian setidaknya melibatkan dua pihak atau lebih untuk memberikan kesepakatan mereka. Pihak yang berkewajiban memenuhi isi perjanjian disebut Debitor sedangkan pihak lain yang berhak atas pemenuhan kewajiban disebut

¹⁷Salim H.S, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm 160

Kreditur. Selain manusia pribadi perjanjian juga dapat dilakukan oleh badan hukum, karena manusia pribadi dan badan hukum merupakan subjek hukum.

Menurut ketentuan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) perjanjian harus memenuhi 4 syarat agar dapat memiliki kekuatan hukum dan mengikat para pihak yang membuatnya. Syarat tersebut, yaitu :

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Syarat pertama merupakan awal dari terbentuknya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak tentang isi perjanjian yang akan mereka laksanakan. Oleh karena itu timbulnya kata sepakat tidak boleh disebabkan oleh tiga hal, yaitu adanya unsur paksaan, penipuan, dan kekeliruan. Apabila perjanjian tersebut dibuat berdasarkan adanya paksaan dari salah satu pihak, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan.¹⁸

b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian.

Pada saat penyusunan kontrak, para pihak khususnya manusia secara hukum telah dewasa atau cakap berbuat atau belum dewasa tetapi ada walinya. Di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) yang disebut pihak yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah orang-orang yang belum dewasa dan mereka yang berada dibawah pengampunan.¹⁹

c. Suatu hal tertentu.

Suatu hal tertentu disini adalah objek perjanjian dan isi perjanjian. Setiap perjanjian harus memiliki objek tertentu, jelas, dan tegas. Dalam perjanjian

¹⁸*Ibid.*, hlm. 162.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 165.

penilaian, maka objek yang akan dinilai haruslah jelas dan ada, sehingga tidak mengira-ngira.²⁰

d. Suatu sebab yang halal.

Sebab yang dimaksud adalah perjanjian itu sendiri atau tujuan para pihak mengadakan perjanjian itu halal, tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan.²¹

Dua syarat yang pertama yaitu poin (a) dan poin (b) dinamakan syarat subjektif, dikarenakan kedua syarat tersebut mengenai subjek perjanjian. Sedangkan dua syarat terakhir yaitu poin (c) dan poin (d) dinamakan syarat objektif, dikarenakan mengenai objek dari perjanjian.²²

2. Asas-Asas Perjanjian

Hukum perjanjian mengenal beberapa asas penting yang merupakan dasar kehendak pihak-pihak untuk mencapai tujuan. Beberapa asas tersebut adalah sebagai berikut :

a. Asas kebebasan berkontrak

Yang dimaksud asas kebebasan berkontrak yaitu setiap orang bebas mengadakan perjanjian apa saja, baik yang sudah diatur maupun belum diatur dalam undang-undang. Akan tetapi, kebebasan tersebut dibatasi oleh tiga hal, yaitu tidak dilarang undang-undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan.²³

²⁰*Ibid.*

²¹*Ibid.*, hlm. 166.

²²Mariam Darus Badruzaman, et.al, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 73.

²³Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 295.

b. Asas pelengkap

Asas ini mempunyai arti bahwa ketentuan undang-undang boleh tidak diikuti apabila pihak-pihak menghendaki dan membuat ketentuan sendiri yang menyimpang dari ketentuan undang-undang. Akan tetapi, apabila dalam perjanjian yang mereka buat tidak ditentukan lain. Berlakulah ketentuan undang-undang. Asas ini hanya mengenal rumusan hak dan kewajiban pihak-pihak.²⁴

c. Asas konsensual

Asas ini mempunyai arti bahwa perjanjian itu terjadi sejak saat tercapainya kata sepakat (konsensus) antara pihak-pihak mengenai pokok perjanjian sejak saat itu perjanjian mengikat dan mempunyai akibat hukum. Berdasarkan pada asas ini dapat disimpulkan bahwa perjanjian yang dibuat itu cukup lisan saja, sebagai penjelmaan dari asas “manusia itu dapat dipegang mulutnya”, artinya dapat dipercaya dengan kata-kata yang diucapkannya.

Akan tetapi, ada perjanjian tertentu yang dibuat lisan secara tertulis, misalnya perjanjian perdamaian, hibah, dan pertanggungan (asuransi). Tujuannya adalah untuk bukti lengkap mengenai apa yang mereka perjanjikan.²⁵

d. Asas obligator

Asas ini mempunyai arti bahwa perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak itu baru dalam taraf menimbulkan hak dan kewajiban saja, belum mengalihkan hak milik. Hak milik baru beralih apabila dilakukan dengan perjanjian yang bersifat kebendaan (*zakelijke overeenkomst*), yaitu melalui penyerahan

²⁴*Ibid.*

²⁵*Ibid.*, hlm. 296.

(*levering*). Misalnya, dalam jual beli, sejak terjadi perjanjian jual beli, secara otomatis hak milik beralih dari penjual kepada pembeli.²⁶

C. Hukum Perusahaan

1. Pengertian dan Lingkup Hukum Perusahaan

Pengertian perusahaan dirumuskan dalam ketentuan Pasal 1 huruf b Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap, terus menerus, dan didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

Menurut Molengraaff perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, bertindak keluar, untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan. Sedangkan Polak memandang perusahaan dari sudut komersial, artinya baru dapat dikatakan perusahaan apabila diperlukan perhitungan laba dan rugi yang dapat diperkirakan dan dicatat dalam pembukuan.²⁷ Dengan adanya unsur pembukuan, maka rumusan definisi perusahaan lebih dipertegas lagi sebab pembukuan merupakan unsur mutlak yang harus ada pada perusahaan menurut ketentuan peraturan perundang-undangan. Laba adalah tujuan utama setiap perusahaan.

Bertitik tolak pada definisi hukum perusahaan menurut ketentuan Pasal 1 huruf b Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, lingkup

²⁶*Ibid.*

²⁷Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm.7-8.

hukum perusahaan meliputi dua hal pokok, yaitu bentuk usaha dan kegiatan usaha. Bentuk usaha adalah organisasi usaha atau badan usaha yang menjadi wadah penggerak setiap jenis kegiatan usaha, yang disebut bentuk hukum perusahaan. Dalam Bahasa Inggris bentuk usaha atau bentuk hukum perusahaan disebut *company* atau *enterprise* atau *corporation*. Bentuk hukum perusahaan tersebut diatur/diakui oleh undang-undang, baik yang bersifat perseorangan, persekutuan, atau badan hukum. Bentuk hukum perusahaan perseorangan, misalnya Perusahaan Otobus (PO) dan Perusahaan Dagang (PD) milik swasta perseorangan.²⁸ Bentuk hukum perusahaan perseorangan belum ada pengaturannya dalam undang-undang secara pasti, tetapi berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat pengusaha, dalam praktiknya dibuat tertulis di muka notaris berupa akta pendirian perusahaan perseorangan.

Kegiatan usaha sendiri memiliki arti yaitu berbagai jenis usaha dibidang perekonomian, yang meliputi bidang perindustrian, perdagangan, perjasaaan, dan keuangan (pembiayaan). Usaha adalah setiap tindakan perbuatan, atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Sedangkan yang dimaksud pengusahaan adalah setiap orang perseorangan, persekutuan, atau badan hukum yang menjalankan suatu jenis kegiatan usaha. Dalam bahasa inggris kegiatan usaha disebut *business* dan pengusaha disebut *businessman*. Dengan demikian, suatu kegiatan dapat disebut usaha dalam arti hukum perusahaan apabila memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu :²⁹

- a. Dalam bidang perekonomian;

²⁸*Ibid.*, hlm. 1.

²⁹*Ibid.*, hlm. 2.

- b. Dilakukan oleh pengusaha, dan
- c. Tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

2. Pengusaha (*Principal*) dan Agen Perusahaan

a. Pengertian Pengusaha (*Principal*)

Pengusaha (*principal*) adalah orang yang menjalankan perusahaan atau menyuruh menjalankan perusahaan. Menjalankan perusahaan artinya mengelola sendiri perusahaannya, baik dilakukan sendiri maupun dengan bantuan pekerja.³⁰ Ini umumnya terdapat pada perusahaan perseorangan. Apabila pengusaha menjalankan perusahaan dengan bantuan pekerja, dalam hal ini pengusaha mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai pengusaha dan sebagai pemimpin perusahaan.

Pengusaha (*principal*) yang tidak menjalankan sendiri perusahaannya, tetapi menyuruh orang lain menjalankan perusahaan. Dalam hal ini. Dia tidak turut serta menjalankan perusahaan. Pengelolaan perusahaan dikuasakan kepada orang lain. Orang lain yang diberi kuasa ini menjalankan perusahaan atas nama pemberi kuasa, dia disebut pemimpin perusahaan atau direktur atau manajer. Umumnya pemberi kuasa semacam ini terdapat pada perusahaan persekutuan terutama badan hukum, yaitu perseroan terbatas. Berdasarkan penjelasan diatas, jika dilihat dari segi fungsinya, terdapat tiga (3) eksistensi pengusaha, yaitu :³¹

- 1) Pengusaha yang bekerja sendiri;
- 2) Pengusaha yang bekerja dengan bantuan pekerja, dan

³⁰Ibid., hlm. 25.

³¹Ibid.

- 3) Pengusaha yang memberi kuasa kepada orang lain dalam menjalankan perusahaan.

b. Agen Perusahaan

1) Pengertian Agen Perusahaan

Agen perusahaan adalah pihak yang mewakili pengusaha (*principal*) untuk mengadakan dan melaksanakan kontrak dengan pihak ketiga atas nama pengusaha (*principal*). Agen perusahaan merupakan perusahaan yang berdiri sendiri yang mewakili kepentingan pengusaha yang diageninnya di wilayah yang telah ditentukan. Agen perusahaan mempunyai hubungan perwakilan bersifat tetap dan koordinatif (setara) dengan pengusaha (*principal*). Agen perusahaan dapat mengageni lebih dari satu perusahaan sejenis.³²

Agen perusahaan melayani kepentingan perusahaan yang diageninya, kadang-kadang dia mengageni lebih dari satu perusahaan sejenis. Agen perusahaan tidak boleh merugikan kepentingan perusahaan lain yang diageni. Di samping mengageni perusahaan lain, dia juga menjalankan perusahaannya sendiri. Dalam hal ini dia dilarang bersaing dengan perusahaan yang diageninya. Agen perusahaan biasanya menjalankan perusahaan dalam bidang usaha yang sama (sejenis) dengan perusahaan yang diageninya. Dalam menjalankan keagenannya, agen perusahaan bertindak dengan kuasa penuh melakukan perbuatan seperti yang dilakukan oleh pengusaha (*principal*) yang diageninya serta bertindak atas nama dan sebagai wakil pengusaha (*principal*).³³

³²*Ibid.*, hlm. 29.

³³*Ibid.*, hlm. 30.

2) Kontrak Keagenan

Hubungan hukum keagenan dibuat secara tertulis yang disebut kontrak. Kontrak keagenan merupakan kontrak pemberian kuasa yang bersifat perwakilan tetap atau tidak tetap antara perusahaan sejenis yang satu dan perusahaan sejenis yang lain untuk melaksanakan segala kepentingan pengusaha (*prinsipal*) di wilayah pemasaran tertentu. Kontrak keagenan sah dan mengikat sejak ditandatangani oleh pihak-pihak. Jika belum ditandatangani, kontrak keagenan mengikat sejak diterimanya faksimile, surat persetujuan, atau pemberitahuan melalui telepon.

Kontrak keagenan dinyatakan sah menurut hukum apabila dipenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt), yaitu :

- a. Kesepakatan kedua pihak;
- b. Kedua pihak wenang melakukan perbuatan hukum;
- c. Ada objek tertentu atau dapat ditentukan, dan
- d. Berdasarkan kausa yang halal (dibolehkan).

Kesepakatan artinya antara kedua pihak tidak ada pemaksaan ataupun penipuan satu sama lain, tetapi ada persetujuan bebas dan sukarela tanpa tekanan atau pengaruh dari pihak manapun. Wenang melakukan perbuatan hukum artinya kedua pihak sudah dewasa (berumur sekurang-kurangnya 21 tahun, atau belum berumur 21 tahun, tetapi sudah menikah), dan tidak dibawah pengampunan. Objek tertentu atau dapat ditentukan artinya ada prestasi berupa benda atau harga atau perbuatan yang wajib dipenuhi. Prestasi tersebut harus jelas dan lengkap identitasnya, seperti : jenis, jumlah, berat, harga, merek. Pemilik, jangka waktu,

dan sebagainya. Halal atau dibolehkan artinya tujuan pihak-pihak tidak dilarang Undang-Undang, tidak bertentangan dengan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan.³⁴

Kontrak keagenan yang dinyatakan sah mempunyai akibat hukum, seperti yang diatur dalam ketentuan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt), yaitu mengikat pihak-pihak. Mengikat pihak-pihak artinya kedua belah pihak wajib mematuhi perjanjian yang mereka buat bersama, seperti mematuhi Undang-Undang. Kedua pihak wajib melaksanakan perjanjian dengan jujur (itikad baik) dan perjanjian tidak boleh dibatalkan secara sepihak.

Kontrak keagenan tergolong hubungan hukum pemberian kuasa bersifat perwakilan tetap atau tidak tetap dengan pembayaran komisi. Dalam kontrak keagenan ditetapkan secara rinci kewajiban pokok (*main obligation*), kewajiban pelengkap (*additional obligation*) antara pengusaha (*principal*), dan agen perusahaan. Kewajiban pokok pengusaha, yaitu menyerahkan barang kepada agen perusahaan untuk dijual kepada konsumen dan kewajiban pelengkap pengusaha adalah menjamin cacat tersembunyi atas barang atau produk yang dijual atau dipasarkan. Sedangkan kewajiban pelengkap agen perusahaan, yaitu melaksanakan secara teliti dan profesional kuasa yang diberikan pengusaha (*principal*) dan memberikan laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan kontrak keagenan.³⁵ Kewajiban pelengkap agen perusahaan adalah melakukan pembayaran lebih dahulu biaya pelaksanaan kontrak keagenan.

³⁴*Ibid.*, hlm. 45.

³⁵*Ibid.*, hlm. 46-47

Pembedaan antara kewajiban pokok dan kewajiban pelengkap pengusaha (*principal*) dan agen perusahaan dilihat dari segi akibat hukum yang timbul apabila terjadi wanprestasi. Apabila terjadi wanprestasi kewajiban pokok, akibat hukumnya dapat berupa pembatalan kontrak dengan segala akibat tanggung jawabnya. Sedangkan apabila terjadi wanprestasi kewajiban pelengkap, akibat hukumnya dapat berupa pembayaran ganti kerugian kepada pihak yang dirugikan.

a) Para Pihak dalam kontrak keagenan

Pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak keagenan adalah sebagai berikut :

1) Pengusaha

Pengusaha (*principal*) adalah orang yang menjalankan perusahaan atau menyuruh menjalankan perusahaan. Menjalankan perusahaan artinya mengelola sendiri perusahaannya, baik dilakukan sendiri maupun dengan bantuan pekerja.³⁶ Ini umumnya terdapat pada perusahaan perseorangan. Apabila pengusaha menjalankan perusahaan dengan bantuan pekerja, dalam hal ini pengusaha mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai pengusaha dan sebagai pemimpin perusahaan.

Terdapat juga pengusaha (*principal*) tidak menjalankan sendiri perusahaannya, tetapi menyuruh orang lain menjalankan perusahaan. Dalam hal ini, dia tidak turut serta menjalankan perusahaan. Pengelolaan perusahaan dikuasakan kepada orang lain. Orang lain yang diberi kuasa ini menjalankan perusahaan atas nama pemberi kuasa, dia disebut pemimpin perusahaan atau direktur atau manajer. Umumnya pemberi kuasa semacam ini terdapat pada perusahaan persekutuan terutama badan

³⁶*Ibid.*, hlm. 25.

hukum, yaitu perseroan terbatas. Berdasarkan penjelasan diatas, jika dilihat dari segi fungsinya, terdapat tiga (3) eksistensi pengusaha, yaitu :³⁷

- a) Pengusaha yang bekerja sendiri;
- b) Pengusaha yang bekerja dengan bantuan pekerja, dan
- c) Pengusaha yang memberi kuasa kepada orang lain dalam menjalankan perusahaan.

2) Agen Perusahaan

Agen perusahaan adalah pihak yang mewakili pengusaha (*principal*) untuk mengadakan dan melaksanakan kontrak dengan pihak ketiga atas nama pengusaha (*principal*). Agen perusahaan merupakan perusahaan yang berdiri sendiri yang mewakili kepentingan pengusaha yang diageninnya di wilayah yang telah ditentukan. Agen perusahaan mempunyai hubungan perwakilan bersifat tetap dan koordinatif (setara) dengan pengusaha (*principal*). Agen perusahaan dapat mengageni lebih dari satu perusahaan sejenis.³⁸

Agen perusahaan melayani kepentingan perusahaan yang diageninya, kadang-kadang dia mengageni lebih dari satu perusahaan sejenis. Agen perusahaan tidak boleh merugikan kepentingan perusahaan lain yang diageni. Di samping mengageni perusahaan lain, dia juga menjalankan perusahaannya sendiri. Dalam hal ini dia dilarang bersaing dengan perusahaan yang diageninya. Agen perusahaan biasanya menjalankan perusahaan dalam bidang usaha yang sama (sejenis) dengan perusahaan yang diageninya. Dalam menjalankan keagenannya, agen perusahaan bertindak dengan kuasa penuh melakukan perbuatan seperti yang

³⁷*Ibid.*

³⁸*Ibid.*, hlm. 29.

dilakukan oleh pengusaha (*principal*) yang diageninya serta bertindak atas nama dan sebagai wakil pengusaha (*principal*).

b) Hubungan hukum Para Pihak dalam Kontrak Keagenan

Dalam hubungan hukum antara pengusaha dan agen perusahaan, pengusaha adalah pemberi kuasa yang wajib membayar upah, sedangkan agen perusahaan adalah penerima kuasa wajib menjalankan keagenan (*agency*), yaitu menjalankan perintah dan mewakili pengusaha dalam hubungan dengan pihak ketiga sesuai dengan kekuasaan yang diberikan.

Hubungan hukum antara pengusaha dan agen perusahaan tunduk pada ketentuan hukum pemberian kuasa (*agency agreement*) yang bersifat koordinatif dan tetap. Untuk tunduk pada ketentuan tersebut harus berdasarkan alasan-alasan sebagai berikut :

- a. Agen perusahaan adalah perusahaan yang berdiri sendiri, bukan bagian dari perusahaan pemberi kuasa.
- b. Agen perusahaan adalah pemegang kuasa untuk menjalankan keagenan sebagai perusahaan perwakilan dari perusahaan pemberi kuasa.
- c. Agen perusahaan menjalankan keagenan secara terus-menerus selama tidak dihentikan oleh perusahaan yang diageninya.³⁹

D. Biro Perjalanan (*Travel Agency*)

1. Pengertian dan Kegiatan Usaha Biro Perjalanan (*Travel Agency*)

Menurut Surat Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 tanggal 25 Februari 1988 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan, pada Bab I

³⁹*Ibid.*, hlm. 38.

Penelitian Umum Pasal 1 Huruf b, Biro perjalanan (*travel agency*) adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berwisata dimana badan usaha ini menyelenggarakan kegiatan perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan baik di dalam negeri dan/atau ke luar negeri.

Adapun beberapa definisi biro perjalanan (*travel agency*) menurut para ahli, yaitu sebagai berikut :

- a) Menurut Yoeti, Biro perjalanan (*travel agency*) adalah suatu perusahaan yang memperoleh pendapatan dan keuntungan dengan menawarkan dan menjual produk serta jasa-jasa pelayanan yang diberikannya kepada pelanggannya.⁴⁰
- b) Menurut Ismayanti, Biro perjalanan (*travel agency*) adalah perusahaan yang kegiatan usahanya merencanakan, menyelenggarakan dan melayani penjualan berbagai jenis paket-paket perjalanan wisata dengan tujuan ke dalam negeri (*domestic*) maupun ke luar negeri (*international*) atas inisiatif sendiri dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan mengambil keuntungan dari penyelenggaraan perjalanan tersebut.⁴¹

Biro Perjalanan Wisata (BPW) dan Asosiasi Perjalanan Wisata (APW), berada di bawah naungan ASITA (*Association of the Indonesian Tours dan Travel Agencies*) dalam melakukan kegiatan usahanya. Kegiatan usaha biro perjalanan (*travel agency*) yang utama yaitu membuat atau menyusun paket wisata, menjual

⁴⁰Oka A. Yoeti, *Tours And Travel Management*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2003, hlm. 58.

⁴¹Ismayanti, *Op. Cit.*, hlm. 114.

paket wisata tersebut kepada konsumen dan memberikan pelayanan kepada konsumen yang membeli paket wisata. Paket wisata tersebut terdiri dari beberapa komponen, yaitu transportasi, penginapan (hotel), makan dan minuman, obyek wisata, pertunjukan yang dirangkai menjadi satu paket perjalanan dan dijual dalam satu kesatuan harga.

Biro perjalanan (*travel agency*) mengeluarkan produk berupa “Janji Jasa Perjalanan” yang dijual dalam bentuk brosur “paket wisata”. Biro perjalanan (*travel agency*) bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan produk yang dikeluarkannya dan harus menjamin bahwa konsumen selaku pengguna jasa perjalanan dapat menikmati perjalanannya seperti yang tertulis dalam brosur paket wisata yang dikeluarkan oleh biro perjalanan (*travel agency*).

Adapun Lingkup kegiatan usaha biro perjalanan (*travel agency*), antara lain sebagai berikut :⁴²

- a) Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata;
- b) Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perseorangan dan/atau kelompok orang yang diurus;
- c) Melayani pemesanan akomodasi, restaurant dan sarana wisata lainnya;
- d) Mengurus dokumen perjalanan;
- e) Menyelenggarakan pemanduan perjalanan wisata.

2. Dasar Hukum Biro Perjalanan (*Travel Agency*)

Di Indonesia, Usaha Jasa Biro Perjalanan pertama kali diatur dalam Surat Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 Tanggal 25 Februari

⁴²*Ibid.*, hlm. 115.

1988 tentang pelaksanaan Ketentuan Usaha jasa Perjalanan, dan disebut dengan Biro Perjalanan Umum. Dalam ketentuan Pasal 1 huruf b, disebutkan bahwa Biro Perjalanan Umum adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha perjalanan ke dalam negeri dan/atau di dalam negeri dan/atau ke luar negeri. Selanjutnya dalam ketentuan Pasal 4 Bab II dijelaskan bahwa Biro Perjalanan Umum memiliki ruang lingkup kegiatan usaha yang terdiri dari :

- a) Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata;
- b) Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perorangan dan/atau kelompok orang yang diurusnya;
- c) Melayani pemesanan akomodasi, restoran, dan sarana wisata lainnya;
- d) Mengurus dokumen perjalanan;
- e) Menyelenggarakan panduan perjalanan wisata;
- f) Melayani penyelenggaraan konvensi.

Usaha Biro Perjalanan Wisata juga diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, yaitu sebagai berikut :

- a) Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.
- b) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.105/PW.304/MPPT-91 tentang Usaha Jasa Pariwisata.
- c) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.10/HK/PM.102/MPPT-93 tentang Ketentuan Usaha Jasa Biro Perjalanan Wisata dan Agen Wisata.

- d) Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.85/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Perjalanan Wisata.

3. Fungsi Biro Perjalanan (*Travel Agency*)

Biro perjalanan (*travel agency*) adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan wisata dan jasa lain yang terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik di dalam negeri maupun keluar negeri. Dalam melakukan kegiatan usahanya yaitu sebagai perantara bagi pengusaha industri pariwisata, biro perjalanan memiliki fungsi pokok, yaitu sebagai berikut:⁴³

a) Fungsi Umum

Dalam hal ini biro perjalanan wisata merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

b) Fungsi Khusus

Dalam hal ini fungsi khusus biro perjalanan, meliputi sebagai berikut :

- 1) Biro Perjalanan Wisata sebagai perantara. Dalam kegiatannya ia bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya. Karena itu ia bertindak di antara wisatawan dan industri wisata.
- 2) Biro Perjalanan Wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tour dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri.
- 3) Biro Perjalanan Wisata sebagai pengorganisasi yaitu dalam menggiatkan usaha, biro perjalanan aktif menjalin kerjasama dengan perusahaan lain baik

⁴³Oka A. Yoeti, *Op. Cit.*, hlm. 37.

dalam dan luar negeri. Fasilitas yang dimiliki dimanfaatkan sebagai dagangannya.

4. Perjanjian Kerjasama Biro Perjalanan

Perjanjian kerjasama biro perjalanan biasanya dilakukan dengan berpedoman pada perjanjian secara umum. Menurut ketentuan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt), perjanjian adalah suatu perbuatan dengan nama 1 (satu) orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap 1 (satu) orang lain atau lebih. Dari uraian diatas maka, Perjanjian merupakan suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dapat dikatakan peristiwa dimana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk berbuat sesuatu.

Umumnya perjanjian kerjasama biro perjalanan dilaksanakan setelah adanya kata sepakat antara para pihak, dan dibuat secara tertulis maupun secara lisan. Perjanjian yang dibuat secara tertulis disebut dengan perjanjian formalitas, tujuannya adalah untuk bukti pelengkap mengenai apa yang mereka perjanjikan. Sedangkan perjanjian secara lisan, terjadi sejak tercapai kata sepakat (konsensus) antara pihak-pihak mengenai pokok perjanjian, sejak saat itu perjanjian tersebut mengikat dan menimbulkan akibat hukum.⁴⁴

Dasar dari perjanjian biro perjalanan adalah suatu perikatan yang menimbulkan hak dan kewajiban, maka perjanjian biro perjalanan harus memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPdt), yaitu sebagai berikut :

⁴⁴Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia, Op.Cit.*, hlm. 296.

- 1) Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.

Syarat pertama merupakan awal dari terbentuknya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak tentang isi perjanjian yang akan mereka laksanakan. Oleh karena itu timbulnya kata sepakat tidak boleh disebabkan oleh tiga hal, yaitu adanya unsur paksaan, penipuan, dan kekeliruan. Apabila perjanjian tersebut dibuat berdasarkan adanya paksaan dari salah satu pihak, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan.

- 2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian.

Pada saat penyusunan kontrak, para pihak khususnya manusia secara hukum telah dewasa atau cakap berbuat atau belum dewasa tetapi ada walinya. Di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt) yang disebut pihak yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah orang-orang yang belum dewasa dan mereka yang berada dibawah pengampunan.

- 3) Suatu hal tertentu.

Suatu hal tertentu disini adalah objek perjanjian dan isi perjanjian. Setiap perjanjian harus memiliki objek tertentu, jelas, dan tegas. Dalam perjanjian penilaian, maka objek yang akan dinilai haruslah jelas dan ada, sehingga tidak mengira-ngira.

- 4) Suatu sebab yang halal.

Sebab yang dimaksud adalah perjanjian itu sendiri atau tujuan para pihak mengadakan perjanjian itu halal, tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan.

a. Pihak-Pihak dalam Perjanjian Kerjasama Biro Perjalanan

Pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian kerjasama biro perjalanan, yaitu biro perjalanan dan konsumen. Namun demikian, terdapat beberapa pihak perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam berlangsungnya suatu kegiatan usaha jasa perjalanan, yaitu perusahaan pengangkutan, Usaha Rumah makan atau restaurant, Usaha tempat rekreasi, Dinas atau perusahaan yang berkaitan dengan dokumen perjalanan, dan lain sebagainya.

1) Biro perjalanan

Biro perjalanan adalah badan usaha yang disebut sebagai distributor atau penjual produk, yaitu menjual tiket pesawat udara dari maskapai penerbangan atau menjual produk dari pihak hotel. Biro perjalanan juga bertindak sebagai produsen dalam membuat suatu paket wisata yang telah tersusun dengan berbagai rincian tempat wisata beserta akomodasi dan transportasi yang digunakan.

2) Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak dapat diperdagangkan.⁴⁵ Konsumen dalam hal ini disebut pengguna jasa biro perjalanan, yang mempunyai peran dalam kemajuan kegiatan usaha jasa perjalanan. Hal ini dikarenakan tanpa adanya konsumen kegiatan usaha biro perjalanan tidak dapat berjalan. Kewajiban konsumen yang utama yaitu membayar sejumlah uang kepada biro perjalanan sesuai kesepakatan sebelum melakukan perjalanan, dan berhak atas pelayanan yang akan diberikan biro perjalanan sesuai dengan apa yang ditawarkan sebelumnya.

⁴⁵Lihat, Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang perlindungan Konsumen.

3) *Airlines*/maskapai penerbangan

Airlines/maskapai penerbangan adalah penyedia jasa transportasi udara, dimana jasa mereka akan sangat dibutuhkan jika program yang ditangani oleh sebuah Biro Perjalanan Wisata jaraknya sangat jauh dan akan menghabiskan banyak waktu jika ditempuh dengan transportasi darat maupun laut.⁴⁶

4) Penginapan/Hotel

Usaha perjalanan membutuhkan sarana penginapan bagi peserta wisata yang dibuat dan diselenggarakannya. Selain itu, suatu usaha jasa perjalanan juga dapat memberikan jasa untuk pelayanan jasa pemesanan kamar hotel oleh konsumen dan akan mendapat komisi sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat dengan manajemen penginapan (hotel). Dalam SK Menteri Parpostel No.KM37/PW.304/MPPT-86, disebutkan bahwa Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi umum dan dikelola secara komersial.⁴⁷

5) Penyedia Jasa Transportasi Darat

Penyedia jasa transportasi darat adalah perusahaan maupun perseorangan yang menyediakan fasilitas kendaraan darat yang dapat disewa dalam beberapa waktu.

Beberapa contoh dari transportasi darat adalah :

- a) Sepeda motor maupun sepeda tidak bermotor
- b) Angkutan umum (Becak, Andong, Bajaj, dan Taksi)
- c) Mobil dan bus rental.⁴⁸

⁴⁶M. Adlil Haq, *Biro Perjalanan Wisata*, mytourims.50web.com/tourims%20learning.docx, diakses pada tanggal 18 Mei 2017 pukul 20.00 WIB.

⁴⁷*Ibid.*

⁴⁸*Ibid.*

6) Rumah makan/*Restaurant*

Rumah makan/*Restaurant* adalah penyedia jasa makan dan minum (*meals*) dan akan sangat dibutuhkan karena pada hakikatnya setiap peserta dalam perjalanan wisata harus terjamin kebutuhan makan dan minumannya.⁴⁹

7) *Guide*/Pemandu Wisata

Peranan *guide* sangat penting dalam sebuah perjalanan wisata karena memiliki tugas untuk menjelaskan setiap hal yang berkaitan dengan perjalanan wisata itu sendiri baik selama di perjalanan maupun setelah tiba di obyek wisata. Beberapa jenis *guide* menurut spesialisasi dan lisensi yang dimiliki :

- a) *Guide* berbahasa asing;
- b) *Guide* berbahasa Indonesia;
- c) Lokal *guide* (*guide* yang hanya memiliki lisensi pada sebuah obyek wisata saja).⁵⁰

8) Usaha tempat rekreasi

Usaha tempat rekreasi merupakan usaha yang menyediakan tempat-tempat hiburan, seperti : taman bermain, kebun binatang, dan lain sebagainya. sebelum menawarkan paket-paket wisata kepada konsumennya biro perjalanan terlebih dahulu berkerjasama dengan usaha tempat rekreasi. Hal ini dilakukan untuk penunjang dalam kelancaran kegiatan usahanya.⁵¹

⁴⁹*Ibid.*

⁵⁰*Ibid.*

⁵¹*Ibid.*

9) Dinas atau perusahaan yang berkaitan dengan dokumen perjalanan

Dinas atau perusahaan yang berkaitan dengan dokumen perjalanan merupakan dinas atau perusahaan yang memiliki fungsi untuk mengeluarkan dokumen perjalanan yang dibutuhkan dalam sebuah perjalanan wisata, seperti:

- a) Tiket obyek wisata;
- b) Paspor;
- c) Fiskal;
- d) Visa, dan lain sebagainya.⁵²

b. Hubungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Kerjasama Biro Perjalanan

Dalam sebuah perjanjian akan ada peristiwa hukum selanjutnya akan menciptakan hubungan hukum antara pihak yang satu dan pihak yang lain. Dalam hubungan hukum tersebut, setiap pihak memiliki hak dan kewajiban timbal balik. Pihak yang satu mempunyai hak untuk menuntut sesuatu dari pihak lainnya dan pihak lain itu wajib memenuhi tuntutan itu, juga sebaliknya.

Hubungan hukum ialah hubungan antara dua atau lebih subyek hukum. Dalam hubungan hukum ini, hak dan kewajiban pihak yang satu akan berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain. Dengan demikian hukum memberikan suatu hak kepada subyek hukum untuk berbuat sesuatu atau menuntut sesuatu yang diwajibkan oleh hak tersebut. Pada akhirnya terlaksananya hak dan kewajiban itu dijamin oleh hukum. Setiap hubungan hukum mempunyai dua segi, yaitu kewenangan/hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban ini keduanya timbul dari satu peristiwa hukum dan lenyapnya pun bersamaan.

⁵²*Ibid.*

Hubungan hukum dibedakan dalam hubungan :

- 1) Sederajat, misalnya hubungan suami-istri dalam hukum perdata
- 2) Beda derajat, misalnya hubungan orang tua dan anak dalam hukum perdata.
- 3) Timbal-balik, misalnya para pihak sama-sama memiliki hak dan kewajiban.
Pihak yang satu mempunyai hak, pihak yang lain mempunyai kewajiban.
- 4) Timpang, misalnya pihak yang satu mempunyai hak, pihak yang lain mempunyai kewajiban. Contoh, hibah atau pemberian.

Perjanjian kerjasama biro perjalanan memiliki hubungan hukum berupa timbal balik, dimana Suatu pihak yang memperoleh hak-hak dari kesepakatan itu, menerima kewajiban-kewajiban yang merupakan kebalikan dari hak-hak yang diperolehnya dan sebaliknya suatu pihak yang memikul kewajiban-kewajiban juga memperoleh hak-hak yang dianggap sebagai kebalikannya kewajiban-kewajiban yang dibebankan kepada itu.

E. Tanggung Jawab Hukum

Arti tanggung jawab secara kebahasaan adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya). Dalam Bahasa Inggris, kata tanggung jawab digunakan dalam beberapa padanan kata, yaitu *liability*, *responsibility*, dan *accountability*. Kamus Inggris-Indonesia mengartikan *liability* adalah pertanggungjawaban, sedangkan *responsibility* adalah pertanggungjawaban, tanggung jawab, dan *Accountability*

adalah keadaan untuk dipertanggungjawabkan, keadaan dapat dimintai pertanggungjawaban.⁵³

Istilah tanggung jawab dapat dibedakan dengan pertanggungjawaban. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, arti pertanggungjawaban adalah : (1) Perbuatan bertanggung jawab; (2) Sesuatu yang dipertanggungjawabkan. Dengan demikian, pada tanggung jawab lebih ditekankan pada adanya suatu kewajiban untuk menanggung yang dapat dikenakan, sedangkan pertanggungjawaban pada adanya sesuatu yang harus dipertanggungjawabkan, akibat dari dilakukannya suatu perbuatan atau tindakan tertentu.⁵⁴

Istilah (*term*) tanggung jawab hukum adalah kewajiban untuk menanggung suatu akibat menurut ketentuan hukum yang berlaku. Disini, ada norma atau peraturan hukum yang mengatur tentang tanggung jawab. Ketika, ada perbuatan yang melanggar norma hukum itu, maka pelakunya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan norma hukum yang dilanggarnya. Dalam konteks ini, istilah pertanggungjawaban hukum lebih tepat digunakan, karena menunjukkan adanya perbuatan yang dapat dimintai tanggung jawab melalui prosedur hukum dengan mengajukan tuntutan pidana atau gugatan perdata. Meskipun demikian, kedua istilah ini kadang-kadang digunakan secara bergantian, karena memiliki kesamaan makna.⁵⁵

⁵³Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, cet 1, Jakarta: Balai Pustaka, 1991, hlm. 1006, dalam Wahyu Sasongko, *Op. Cit.*, hlm. 97.

⁵⁴*Ibid.*, hlm. 98

⁵⁵*Ibid.*

Hukum perlindungan konsumen sendiri terdapat prinsip tanggung jawab, diantaranya sebagai berikut:

1. Prinsip Tanggung Jawab berdasarkan Kelalaian/Kesalahan (*Negligence*)

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen.⁵⁶ Berdasarkan teori ini, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen.⁵⁷ Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan terbagi menjadi empat, yaitu:

- a. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan persyaratan hubungan kontrak.
- b. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan beberapa pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak.
- c. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan tanpa persyaratan hubungan kontrak.
- d. Prinsip praduga lalai dan prinsip praduga bertanggung jawab dengan pembuktian terbalik.⁵⁸

2. Prinsip Tanggung Jawab berdasarkan Wanprestasi (*Breach Of Warranty*)

Tanggung jawab produsen berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan

⁵⁶Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hlm. 46, dalam Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenanda Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 83.

⁵⁷Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 148.

⁵⁸Zulham, *Op. Cit.*, hlm. 86.

demikian, suatu produk yang rusak dan mengakibatkan kerugian, maka konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis. Keuntungan pada prinsip ini penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang didasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Namun adapula kelemahan dalam teori prinsip ini, adanya pembatasan waktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, kemungkinan adanya bantahan (*disclaimer*), dan persyaratan hubungan kontrak.⁵⁹ Prinsip tanggung jawab ini terbagi menjadi dua, yaitu :

- a. Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tertulis (*express warranty*).
- b. Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tidak tertulis (*implied warranty*).

3. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strich Liability*)

Prinsip tanggung jawab secara mutlak sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab mutlak. Prinsip tanggung jawab mutlak adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan.

4. Prinsip Tanggung Jawab Profesional (*Professional Liability*)

Prinsip tanggung jawab ini relevan dengan bidang atau sektor jasa yang didasarkan pada pelayanan atau keahlian.⁶⁰ Dapat dikatakan profesional

⁵⁹*Ibid.*, hlm. 92.

⁶⁰Wahyu Sasongko, *Op. Cit.*, hlm. 106.

apabila sinkron dengan konsep jasa dan memiliki karakteristik tertentu, yaitu hubungan internal yang dilakukan dengan sesama para profesional dalam rangka meningkatkan spesialisasi keahlian dan dalam rangka pengawasan terhadap perilaku profesional yang bersangkutan dalam menjalankan pekerjaan dan hubungan eksternal dengan klien (*client*) atau pelanggan termasuk pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stake holder*).⁶¹

Pertanggungjawaban perusahaan jasa perjalanan sebagai pelaku usaha apabila terjadi kerugian pada konsumen, diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan, yaitu:

a. Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt)

Pertanggungjawaban dalam bidang hukum perdata, dapat ditimbulkan karena wanprestasi dan karena perbuatan melawan hukum (*onrech matigedaad*). Wanprestasi terjadi jika perusahaan jasa perjalanan tidak melaksanakan kewajibannya, yaitu tidak memberikan prestasi sebagaimana yang telah disepakati. Wanprestasi artinya tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan dalam perikatan. Tidak terpenuhi kewajiban oleh perusahaan jasa perjalanan disebabkan oleh dua kemungkinan alasan, yaitu:

- 1) Kemungkinan kesalahan/kelalaian yang dilakukan perusahaan jasa perjalanan, sehingga tidak terpenuhi kewajibannya;
- 2) Karena keadaan memaksa (*overmacht*), *force majeure*, jadi di luar kemampuan dari perusahaan jasa perjalanan.

⁶¹*Ibid.*, hlm. 107.

Untuk menentukan apakah perusahaan jasa perjalanan bersalah melakukan wanprestasi, perlu ditentukan dalam keadaan bagaimana perusahaan jasa perjalanan tersebut dinyatakan sengaja atau lalai memenuhi prestasi. Ada tiga keadaan,

yaitu:

- 1) Perusahaan jasa perjalanan tidak memenuhi prestasi sama sekali;
- 2) Perusahaan jasa perjalanan memenuhi prestasi, namun tidak baik atau keliru;
- 3) Perusahaan jasa perjalanan memenuhi prestasi, namun tidak tepat waktu atau terlambat.

Setiap konsumen berhak menuntut ganti rugi terhadap perusahaan jasa perjalanan yang menimbulkan kerugian akibat kesalahan atau kelalaian. Ketentuan mengenai tata cara pengajuan tuntutan adalah sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku. Berkaitan dengan gugatan seseorang dalam hal wanprestasi ada beberapa hal yang perlu diketahui:

- 1) Hanya dapat ditujukan pada pihak dalam perjanjian;
- 2) Kewajiban pembuktian dalam gugatan wanprestasi dibebankan kepada penggugat (dalam hal ini adalah pengguna jasa) yang menggugat wanprestasi.

Selain wanprestasi, pertanggungjawaban dalam hukum perdata juga dapat disebabkan karena adanya perbuatan melawan hukum. Perbuatan melawan hukum terjadi jika memenuhi beberapa persyaratan:

- 1) Bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku;
- 2) Melanggar hak orang lain;
- 3) Melanggar kaidah tata usaha;

- 4) Bertentangan dengan asas kepatutan, ketelitian serta sikap kehati-hatian yang seharusnya dimiliki seseorang dalam pergaulan dengan sesama warga masyarakat atau terhadap harta benda orang lain.

Dalam ilmu hukum dikenal tiga kategori dari perbuatan melawan hukum, yaitu sebagai berikut:

- 1) Perbuatan melawan hukum karena kesengajaan (Pasal 1365 KUH Perdata);
- 2) Perbuatan melawan hukum tanpa kesalahan/tanpa unsur kesengajaan maupun\ kelalaian (Pasal 1366 KUH Perdata);
- 3) Perbuatan melawan hukum karena kelalaian (Pasal 1367 KUH Perdata).

Jika dihubungkan dengan prinsip tanggung jawab dalam hukum, maka tanggung jawab dalam hal adanya wanprestasi dan perbuatan melawan hukum termasuk kedalam prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan.

b. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Setiap pelaku usaha dibebani tanggung jawab atas perilaku tidak baik yang dapat merugikan konsumen. Pengenaan tanggung jawab terhadap pelaku usaha digantungkan pada jenis usaha atau bisnis yang digeluti. Bentuk tanggung jawab yang paling utama adalah ganti kerugian yang dapat berupa pengembalian uang, atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.⁶² UU Perlindungan Konsumen mengadopsi prinsip tanggung jawab secara langsung dan prinsip tanggung jawab produk sebagaimana diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen, sedangkan tanggung jawan profesional dalam UU

⁶²Sukma, *Prestasi dan Wanprestasi dalam Hukum*, <http://sukmablog12.blogspot.co.id/12/> diakses pada tanggal 11 Juli 2017, pukul 10:59 WIB.

Perlindungan Konsumen diatur dalam Bab IV tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17, dan ketentuan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen.

F. Gambaran Umum PT Arie Tours dan Travel

PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung merupakan perusahaan swasta yang didirikan oleh Bapak M. Zein Ginting yang bergerak di bidang jasa perjalanan. PT Arie Tours merupakan cabang dari kantor pusat yang beralamat di Jalan Chairil Anwar Ruko Kalimas Blok B-12 Bekasi Timur. Rintisan usaha dibidang kepariwisataan ini telah dimulai sejak tahun 2000 tepatnya bulan Agustus, yang mana resmi didirikan dengan pengukuhan dari Departemen Kehakiman. PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung telah terdaftar dalam ASITA-INNCA (*Indonesia Congress And Convention Association*) dan berdasarkan Keputusan Kepala Dinas Pariwisata yang memberikan izin usaha dibidang jasa pariwisata.⁶³

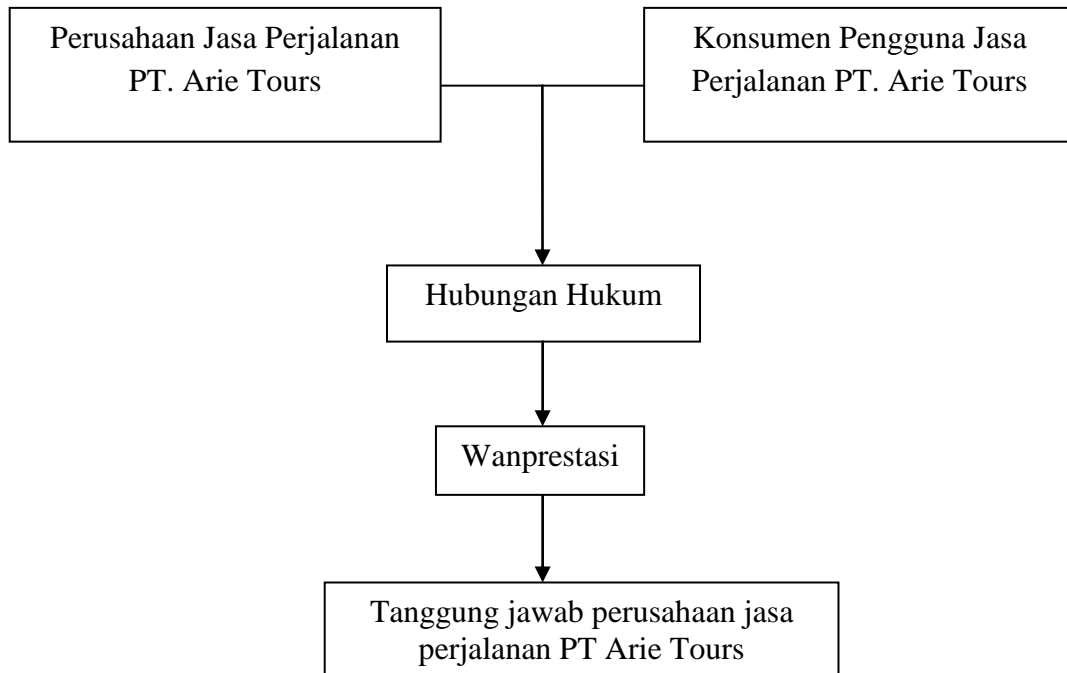
Bila dilihat dari kegiatan usahanya PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung menyediakan jasa pelayanan wisata baik untuk berlibur maupun untuk beribadah. Dengan menyediakan paket-paket yang terdiri dari Pengurusan dokumen perjalanan seperti tiket, paspor, visa atau dokumen lainnya, pemesanan alat pengangkutan baik darat, laut, maupun udara, pemesanan hotel atau penginapan dan lain sebagainya.

⁶³*Gambaran Umum PT Arie Tours dan Travel*, <http://Arietours.com/profile>, diakses pada tanggal 30 November 2016, pukul 19.00 WIB.

Susunan Pengurus PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung untuk saat ini adalah :

Presiden Direktur	: M. Zein Ginting
Direktur Utama	: Tini Rosdiana
Direktur Cabang	: Emi Aminah
<i>General Manager</i>	: Yani
<i>Manager Marketing</i>	: Eli Kartika
<i>Manager Acc dan HRD</i>	: Elviana
<i>Staff Inbound dan Product</i>	: Desi Sufriyanti
<i>Staff Marketing</i>	: Oktariana
<i>Staff Sales Counter 1</i>	: Septy
<i>Staff Sales Counter 2</i>	: Lusiana

G. Kerangka Pikir



Berdasarkan skema tersebut dapat dijelaskan bahwa :

Perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya merencanakan, menyelenggarakan dan melayani penjualan berbagai jenis paket-paket perjalanan dengan tujuan ke dalam negeri (*domestic*) maupun ke luar negeri (*international*) termasuk didalamnya jasa pengurusan jasa angkutan perorangan atau kelompok, melayani pemesanan akomodasi, restaurant dan sarana wisata lainnya, mengurus dokumen perjalanan, seperti tiket, paspor, visa atau dokumen lain.

Pada prakteknya konsumen yang berminat menggunakan jasa dari perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) PT Arie Tours dapat langsung menghubungi pihak dari perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) PT Arie Tours dan melakukan negosiasi untuk mendapatkan kesepakatan yang berkaitan dengan paket

perjalanan yang diinginkan konsumen. Segala hak dan kewajiban masing-masing pihak telah dilaksanakan. Konsumen membayar sejumlah uang kepada perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*), perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) memberikan perjalanan wisata termasuk didalamnya penginapan, transportasi, konsumsi, dan pemandu. Namun, Sebelum dilakukannya perjalanan wisata ternyata perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) PT Arie Tours melakukan wanprestasi berupa keterlambatan keberangkatan yang mengakibatkan kerugian dipihak konsumen. Bentuk tanggung jawab apa yang dilakukan perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

Penelitian ini mengkaji dan membahas mengenai hubungan hukum antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan Konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours, dan bagaimana tanggung jawab yang dilakukan perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian tersebut.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-terapan karena meneliti dan mengkaji mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang) secara *in-action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Penelitian tersebut dapat dilakukan (terutama) terhadap bahan-bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, sepanjang bahan-bahan tersebut mengandung kaedah hukum di dalam penelitian ini.

B. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian hukum deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskriptif) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku ditempat tertentu pada saat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi di masyarakat.⁶⁴ Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara jelas dan rinci dalam memaparkan dan

⁶⁴Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 50.

menggambarkan mengenai tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) terhadap konsumennya.

C. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah merupakan proses pemecahan atau penyelesaian masalah melalui tahap-tahap yang ditentukan sehingga mencapai tujuan penelitian. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, yaitu dengan meneliti berbagai peraturan perundang-undangan yang digunakan sebagai dasar ketentuan hukum serta berbagai literatur untuk menganalisis tentang tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) terhadap konsumennya, dalam hal ini juga peneliti melakukan wawancara untuk mendukung data penelitian dilapangan guna mengetahui secara rinci mengenai permasalahan yang akan dibahas.

D. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer

Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari lokasi penelitian, yaitu yang terkait dengan dokumen seperti perjanjian yang dilakukan oleh perusahaan jasa perjalanan dan konsumen pengguna jasa perjalanan. Sumber data yang ada di lokasi penelitian, yaitu berdasarkan wawancara langsung kepada Ibu Eli Kartika selaku *Manager Marketing* perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan, dengan cara mengumpulkan dari berbagai sumber bacaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder terdiri dari :

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mengikat seperti peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini antara lain :
 - a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt).
 - b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
 - c) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
 - d) Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan.
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa literatur-literatur mengenai penelitian ini, meliputi buku-buku ilmu hukum, hasil karya dari kalangan hukum, penelusuran internet, jurnal, surat kabar, dan makalah.
3. Bahan hukum tersier, yaitu berupa kamus dan internet.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Studi Pustaka, dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara membaca, menelaah dan mengutip peraturan perundang-undangan, buku-buku, dan literatur yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) terhadap konsumennya yang akan dibahas.

2. Studi Dokumen, dilakukan dengan cara membaca, menelaah, dan mengkaji dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.
3. Wawancara, dilakukan dengan pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan yang sedang diteliti, yaitu Ibu Eli Kartika selaku *Manager Marketing* perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung. Hal ini dilakukan sebagai pendukung dalam penelitian mengenai tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) terhadap konsumennya.

F. Lokasi Penelitian

Untuk menunjang penelitian penulis, maka penelitian dilakukan di perusahaan jasa perjalanan

PT. Arie Tours dan Travel Cabang Bandar Lampung. Lokasi penelitian beralamat di Jalan Wolter Monginsidi Nomor 143 Bandar Lampung.

G. Metode Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul diolah melalui cara pengolahan data dengan cara-cara sebagai berikut :

1. Pemeriksaan data (*editing*), yaitu melakukan pemeriksaan kembali apakah data yang terkumpul melalui studi pustaka, dokumen, dan wawancara sudah dianggap lengkap, relevan, jelas, tidak berlebihan, dan tanpa kesalahan.
2. Klasifikasi Data, yaitu proses penempatan data, pengelompokkan data, atau penggolongan data sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas.
3. Sistematisasi Data, yaitu data yang telah diperiksa dan telah diklasifikasi kemudian disusun secara sistematis sesuai urutannya, sehingga

mempermudah dalam pembahasan, analisis, dan interpretasi terhadap permasalahan.

H. Analisis Data

Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, logis dan efektif sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis,⁶⁵ kemudian ditarik kesimpulan sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai jawaban dari permasalahan mengenai bagaimana hubungan hukum antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan Konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours dan tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours dan Travel terhadap konsumen yang mengalami kerugian.

⁶⁵*Ibid.*, hlm 127.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Hubungan hukum antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tour dan konsumen pengguna jasa perjalanan PT Arie Tours merupakan hubungan untuk melakukan pekerjaan berupa jasa pelayanan perjalanan. Hubungan hukum tersebut lahir dari adanya perjanjian antara perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tour dan konsumennya, yang menimbulkan ikatan berupa hak dan kewajiban.
2. Tanggung jawab perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat wanprestasi yang dilakukan perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours merupakan bentuk tanggung jawab berupa ganti kerugian. Ganti kerugian tersebut diantaranya pengembalian uang yang setara dengan kerugian yang dialami konsumennya, mengganti jasa yang sejenis atau setara nilainya, dan memberikan kompensasi kepada konsumen yang dirugikan sebagai bentuk permintaan maaf dari perusahaan jasa perjalanan PT Arie Tours.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kepada konsumen diharapkan agar lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan untuk memilih atau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan jasa perjalanan (*travel agency*) dan hendaknya konsumen mencari tau kebenaran informasi yang terdapat di dalam brosur yang menawarkan promosi-promosi yang berlebihan. Hal ini dilakukan untuk menghindari timbulnya kerugian bagi konsumen selaku pengguna jasa perjalanan.
2. Kepada pelaku usaha jasa perjalanan diharapkan lebih memperhatikan aspek perlindungan terhadap konsumennya, dan dapat memperhatikan mengenai hak dan kewajiban antara pelaku usaha jasa perjalanan dan konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku atau Literatur

- Badruzaman, Mariam Darus., et.al. 2001. *Kompilasi Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- J, Muljadi A. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Cetakan ke-3. PT. Rajagrafindo Persada.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Miru, Ahmadi. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, Abdulkadir. 2004 *Hukum dan Penelitian Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- . 2010. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- . 2013. *Hukum Pengangkutan Niaga*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- . 2014. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Nasution, Az. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*. Jakarta : Cetakan Kedua. Diadit Media.
- S, Salim H. 2011. *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sasongko, Wahyu. 2011. *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

-----, 2012. *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Shidarta, 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

Sidabolok, Janus. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Sudaryatmo., et.al. 2003. *Konsumen Menggugat*. Jakarta: Pramedia.

Yoeti, Oka A. 2003. *Tours And Travel Management*. Jakarta: Pradnya Paramita.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 1999 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966).

Peraturan Mahkamah Agung No. 1 Tahun 2002 tentang Acara Gugatan Perwakilan Kelompok.

Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan.

C. Sumber Lain

<http://Arietours.com>. Profile PT Arie Tours dan Travel.

<http://sukmablog12.blogspot.co.id/12/2012/PrestasidanWanprestasidalamHukum.html>. Prestasi dan Wanprestasi dalam Hukum.

<http://muhammadaiz.wordpress.com/ilmu-hukum/>. Ilmu Hukum.

<http://mytourims.50web.com/tourims%20learning.docx>, Biro Perjalanan Wisata