

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman telah mempengaruhi kebutuhan masyarakat yang semakin bertambah. Salah satu kebutuhan masyarakat tersebut adalah teknologi. Teknologi tersebut dapat bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat untuk berhubungan dengan satu sama lainnya yaitu teknologi telekomunikasi. Salah satu jenis teknologi telekomunikasi yaitu teknologi internet. Teknologi internet merupakan salah satu penunjang pengetahuan yang sangat melekat di masyarakat.

Teknologi komunikasi selain internet yang menjadi favorit masyarakat adalah teknologi telekomunikasi yang bernama *handphone*. *Handphone* pada awalnya di Indonesia adalah barang yang hanya dipakai oleh orang-orang dari golongan menengah ke atas sehingga disebut juga barang mewah tetapi karena perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang sangat memerlukan *handphone* maka *handphone* pada saat ini telah dimiliki oleh orang yang berada maupun orang yang berkemampuan ekonomi biasa. *Handphone* memiliki kelebihan dibandingkan alat komunikasi lainnya seperti telepon rumah yaitu *handphone* sangat praktis dibawa kemana saja karena dapat digunakan kapan dan dimana saja pada saat diperlukan sedangkan telepon rumah hanya dapat digunakan pada saat kita berada di rumah dengan kata lain tidak dapat dibawa

kemana saja. Dengan digunakannya *handphone* sebagai alat telekomunikasi maka masyarakat kini dapat menghubungi orang lain tanpa harus seseorang terlebih dahulu ke rumah atau kantor dengan fitur yang dimiliki oleh *handphone*. Oleh karena itu, *handphone* merupakan alat komunikasi yang praktis.

Salah satu fitur andalan dari *handphone* adalah adanya SMS yang dapat digunakan untuk mengirimkan pesan kepada orang lain dengan sejumlah karakter tertentu. SMS merupakan media yang dapat berfungsi sebagai alat penyampai pesan. Kelebihan dari fitur ini adalah murah karena pesan bisa dikirim hanya dengan biaya maksimal Rp. 350,00. Sedangkan untuk SMS yang dikirim ke nomor *handphone* yang berada di luar negeri atau disebut juga SMS internasional dengan biaya maksimal Rp. 1000,00. Dengan tarif SMS murah, fitur SMS biasanya sering digunakan oleh masyarakat.

Dengan semakin tenarnya fitur SMS ini, maka ada pihak-pihak yang mencoba memberikan informasi secara eksklusif melalui SMS kepada pihak yang berlangganan dengan cara membuat fitur yang bernama jasa SMS premium. Tarif jasa SMS premium hanya dengan biaya maksimal Rp. 2000,00. Tarif jasa SMS premium lebih mahal dibandingkan dengan SMS biasa akan tetapi tetap ada daya tarik tersendiri untuk masyarakat menggunakan layanan jasa SMS premium. Hal tersebut dikarenakan adanya keunggulan dari layanan jasa SMS premium yaitu jasa SMS premium yang diberikan oleh penyedia jasa atau *content provider* ini sebagai layanan ponsel yang memudahkan konsumen mendapatkan informasi terbaru dengan mudah dan cepat tentang berita, olahraga, dunia hiburan, ramalan zodiak terbaru, permainan, mengikuti undian berhadiah yang hadiahnya sangat menarik bagi konsumen, mendapatkan nada sambung pribadi, bahkan juga

digunakan untuk memilih peserta favorit kita dalam sebuah acara *reality show* di televisi dan lainnya. Jasa SMS Premium merupakan sebuah perkembangan teknologi komunikasi. Konsumen hanya mengirim sebuah kata kunci yang sudah dipromosikan untuk sebuah layanan ke sebuah nomor yang biasanya memiliki angka digit empat buah. Setelah itu, konsumen akan menerima balasan (*reply*) sesuai permintaan. Panjang muatan balasan biasanya tak akan lebih dari 160 karakter. Ini adalah jumlah karakter maksimal pengiriman dan penerimaan sms dalam sebuah ponsel yang tak hanya berlaku untuk premium. Dalam lalu lintas SMS umum, jumlah ini pula yang berlaku. Jika lebih dari 160 karakter, maka karakter sisa akan terkirim melalui SMS berikutnya (<http://sekedarblog.blogspot.com/2006/09/sms-premium.html> yang diakses pada tanggal 25 November 2009 pukul 15.00 WIB).

Seiring dengan perkembangan, jasa SMS premium akhirnya harus menggunakan proses pendaftaran. Dengan kata lain, konsumen diharuskan berlangganan untuk mendapatkan akses dan mengikuti layanan. Proses pendaftaran tidak memiliki acuan baku atau standar. Ada yang menggunakan kata kunci "REG", "Daftar", atau "SUB". Ketiga kata kunci ini (*keyword*), digunakan untuk berlangganan. Sekali anda mengirim tulisan itu ke nomor tertentu, maka anda langsung dianggap sebagai pelanggan. Sedangkan untuk berhenti berlangganan disediakan kata kunci "UNREG", "STOP", atau "UNSUB". Secara normal, setelah mengirim kata kunci tersebut, maka seorang konsumen tidak lagi dianggap sebagai pelanggan (<http://resiandriani.com/2009/07/02/mengatasi-sms-premium-yang-bermasalah-pada-saat-register-berlangganan> yang diakses pada tanggal 25 November 2009 pukul 15.00 WIB).

Pada kenyataan yang terjadi di masyarakat, layanan ini sering merugikan konsumen dikarenakan kesulitan untuk melakukan penghentian layanannya sehingga walaupun sudah berkali-kali melakukan UNREG, konsumen tetap mendapatkan SMS dari penyedia konten yang mengakibatkan pulsa si konsumen akan terus berkurang, hal ini bisa juga terjadi dikarenakan konsumen lupa akan cara penghentian layanan yang biasanya didapatkan ketika pertama kali mendaftar atau kesalahan penulisan SMS sehingga layanan tidak dapat terhenti. Selain itu, terkadang konsumen harus membayar lebih. Misalnya, konsumen hanya mengirimkan SMS untuk mendapatkan satu *content* lagu tetapi harus membayar lebih banyak dari apa yang harus dibayar dengan menambahkan beberapa *content* lagu lainnya sehingga konsumen mendapatkan kerugian.

Beberapa masalah lainnya bahwa beberapa pihak berpendapat layanan jasa SMS premium lebih banyak digunakan sebagai mesin uang saja karena timbal baliknya tidak ada. Seperti para konsumen yang mengikuti kuis atau undian melalui jasa SMS Premium tidak tahu apakah dia benar-benar diikutkan dalam undian tersebut atau tidak. Contoh lainnya adalah bahwa tidak ada yang menandakan apakah SMS yang dikirim dalam berbagai kontes pencarian bakat diproses. Hal ini dapat dilihat terhadap jumlah dukungan dalam kontes-kontes tersebut hanya berupa persentasi saja melalui SMS yang dikirimkan. Hal tersebut dinilai sebagai kuis berhadiah namun beberapa orang menganggap itu sama saja dengan berjudi atau mengundi nasib. Dengan demikian, hal tersebut termasuk judi (<http://www.dakwatuna.com/2009/pwnu-jatim-sms-premium-call-ramadhan-adalah-judi/> diakses pada tanggal 25 November 2009 pukul 15.30 WIB).

Beberapa masalah yang telah dikemukakan terlihat bahwa penyedia jasa telah melanggar hak-hak konsumen yang terdapat pada Pasal 4 dan tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya akan ditulis dengan UUPK serta kewajiban pelaku usaha sebagai penyelenggara jasa terhadap pengguna jasa telekomunikasi yang terdapat pada Pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi yang selanjutnya akan ditulis UU Telekomunikasi. Padahal UUPK dan UU Telekomunikasi menjelaskan secara rinci apa yang menjadi hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen. Hak dan kewajiban tersebut seharusnya ditaati oleh kedua belah pihak agar tidak ada yang dirugikan terutama konsumen.

Konsumen merupakan pengguna jasa SMS premium seharusnya memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jujur tentang suatu produk/jasa yang terdapat pada UUPK. Konsumen dilindungi UUPK yang bertujuan untuk melindungi pihak konsumen dari praktik-praktik usaha yang merugikan konsumen serta UU Telekomunikasi dan peraturan perundang-undangan lainnya di bidang telekomunikasi yang bertujuan mengatur penyelenggara komunikasi yang dapat memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

Pada praktiknya yang terjadi seperti diuraikan di atas, walaupun telah dinyatakan oleh UUPK mengenai hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha, namun hal ini seringkali tidak diikuti/dipatuhi oleh pelaku usaha penyedia jasa SMS premium di Indonesia. Misalnya :

1. Tidak diketahuinya kata kunci yang tepat untuk menghentikan cara

berlangganan jasa SMS premium. Hal ini menyebabkan pulsa pengguna jasa/pelanggan SMS berkurang meskipun sebenarnya pelanggan sudah ingin menghentikan layanan tersebut,

2. Pelanggan SMS premium tidak dilayani dengan baik karena pelanggan sering tidak mengetahui pusat panggilan/*call center* penyedia jasa SMS premium. Pelanggan yang tidak mengetahui cara menghentikan langganan SMS premium juga tidak mendapatkan informasi yang cukup tentang produknya,
3. Karena pelanggan tidak mengetahui cara menghentikan langganan jasa SMS premium maka pulsa pelanggan pun terus disedot oleh penyedia jasa SMS premium sehingga pelanggan mengalami kerugian secara langsung,
4. Pihak konsumen terkadang harus mengikuti layanan jasa SMS premium secara paksa. Padahal konsumen hanya ingin sebuah fitur tetapi penyedia jasa SMS premium malah menambahkan beberapa fitur lainnya.

Atas dasar latar belakang pemikiran tersebut, bahwa hak-hak konsumen perlu dilindungi terhadap perbuatan yang dilakukan pelaku usaha sehingga tidak ada kecurangan yang dapat merugikan konsumen. Oleh karena itu, untuk meneliti permasalahan ini, maka penulis melakukan penelitian dengan judul skripsi **“Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa SMS premium”**.

B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: bagaimana perlindungan hukum

terhadap pengguna jasa SMS premium?. Permasalahan tersebut dapat dirinci menjadi beberapa pokok bahasan, yaitu:

1. bentuk pelanggaran penyedia jasa SMS premium,
2. bentuk pertanggungjawaban penyedia jasa terhadap pengguna jasa SMS premium,
3. penyelesaian sengketa konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan penyedia jasa.

2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini terdapat di bidang ilmu Hukum Perdata Ekonomi, khususnya pada Hukum Perlindungan Konsumen bagi Pengguna Jasa SMS Premium. Lingkup penelitiannya adalah ketentuan hukum menurut UUPK dan UU Telekomunikasi yang disesuaikan dengan pokok bahasan yaitu bentuk pelanggaran penyedia jasa SMS premium, bentuk pertanggungjawaban penyedia jasa terhadap pengguna jasa SMS premium serta penyelesaian sengketa konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan penyedia jasa.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran yang jelas dan terperinci mengenai perlindungan hukum terhadap:

1. bentuk pelanggaran penyedia jasa SMS premium,
2. bentuk pertanggungjawaban penyedia jasa terhadap pengguna jasa SMS premium,
3. penyelesaian sengketa konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan penyedia jasa.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai dua aspek kegunaan, yakni kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yaitu:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang hukum perdata ekonomi khususnya hukum perlindungan konsumen.

2. Kegunaan praktis

- a. Untuk memberikan tambahan informasi mengenai penggunaan jasa SMS premium
- b. Sebagai bahan bacaan atau sumber informasi yang dapat berguna untuk memperluas pengetahuan pembaca.
- c. Sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.