Vol. 07, No. 2 2025, pp. 3905 – 3919

Sultra Law Review

Vol. 07 No. 02 Oktober 2025
ISSN: 2685-208X (Online)
Publisher: Fakultas Hukum Universitas Sulawesi Tenggara
Website: https://jurnal-unsultra.ac.id/index.php/sulrev

PERLINDUNGAN KONSUMEN BAGI PENGGUNA JASA KARTU PRABAYAR PADA PT TELKOMSEL (Suatu Studi di PT Telkomsel Kendari)

Enjenair Patanduk, Muhammad Fitriadi,Parulian Napitupulu

Program Kekhususan Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Sulawesi Tenggara Kendari

ARTICLE INFO

Keywords:
Consumer Protection, Inhibiting Factors, Legal Protection of Consumers, Service Users In Kendari, Telkomsel Prepaid Card

e-mail:
enjenairp89@gmail.com

Corresponding Author:
Enjenair Patanduk

Received:18/03/2025
Accepted:10/07/2025
Published:31/10/2025

ABSTRACT

The objectives of this study are: (1) to examine the implementation of consumer protection for users of Telkomsel prepaid card services in Kendari, and (2) to identify the inhibiting factors in the protection of these consumers. The research was conducted at PT Telkomsel Kendari, selected because Telkomsel is one of the leading cellular service providers in Kendari and there are consumers who suffer losses and face difficulties in obtaining compensation, such as uncredited prepaid credit despite successful top-up transactions, damaged SIM cards, failure to enjoy purchased service packages, and unexplained deductions of prepaid credit. The data were collected through observation, interviews, and literature study. The findings indicate that the implementation of consumer protection for prepaid card users at PT Telkomsel Kendari is not yet optimal, as consumers still frequently experience service problems and obstacles in obtaining compensation, and do not fully receive their right to clear information. The inhibiting factors include consumers' lack of knowledge of the Consumer Protection Act, limited socialization by the company regarding consumer service mechanisms, unclear information provided to consumers, difficulty in contacting Telkomsel customer service, and the ineffective functioning of consumer service facilities.

I. PENDAHULUAN

Era globalisasi dan kemajuan teknologi, khususnya di bidang industri dan perdagangan, telah melahirkan beragam barang dan jasa yang dapat dikonsumsi masyarakat, termasuk di sektor jasa telekomunikasi seluler seperti Telkomsel. Peningkatan variasi produk dan kemudahan transaksi membawa manfaat bagi konsumen karena kebutuhan barang dan jasa mereka dapat dipenuhi sesuai keinginan, namun sekaligus memunculkan persaingan usaha yang sangat ketat di antara pelaku usaha di berbagai sektor ekonomi, termasuk telekomunikasi. Persaingan ini didorong oleh tujuan utama pelaku usaha untuk memperoleh laba dan memenuhi kebutuhan hidup primer, sekunder, maupun tersier, sehingga banyak orang terjun ke berbagai jenis usaha yang serupa maupun berbeda dan menciptakan kompetisi yang intens di pasar.

Pertumbuhan ekonomi dunia yang dinamis menjadikan persaingan sebagai aktivitas sehari-hari yang tidak dapat dihindari oleh pelaku bisnis di setiap sektor. Akibatnya, tingkat persaingan antarindustri dengan produk dan kualitas hampir sama semakin tinggi, termasuk dalam industri jasa telekomunikasi yang ditandai dengan bermunculannya berbagai operator seluler yang menawarkan layanan serupa. Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, penyelenggaraan dan pembangunan telekomunikasi di Indonesia menunjukkan peran penting dan strategis di tingkat nasional karena didukung oleh meningkatnya kemampuan sektor swasta, penguasaan teknologi komunikasi, serta keunggulan kompetitif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Industri komunikasi kemudian berkembang pesat dan memberi dampak positif bagi berbagai sektor, mulai dari dunia pendidikan, peningkatan kegiatan ekonomi, hingga penguatan infrastruktur yang menopang sektor-sektor industri lainnya.

Dalam konteks ini, perusahaan telekomunikasi tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kepuasan konsumen, tetapi juga berupaya memperoleh laba maksimal, mempertahankan pelanggan, dan memperluas pangsa pasar. PT Telkomsel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa telekomunikasi seluler menghadirkan layanan berbasis teknologi digital GSM (Global System for Mobile Communication) di seluruh provinsi Indonesia. Telkomsel menyediakan layanan suara, data, dan berbagai layanan nilai tambah (value added services) bagi pelanggan ritel maupun korporat, dengan cakupan jaringan yang luas di seluruh wilayah Indonesia. Sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi, Telkomsel dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan memadai bagi konsumen sebagai pengguna kartu prabayar, sehingga diperlukan perangkat perlindungan hukum yang menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat antarpenyedia jasa telekomunikasi.

Kebutuhan akan perangkat hukum timbul karena hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada umumnya tidak seimbang, di mana konsumen berada pada posisi lemah sehingga rentan dieksploitasi oleh pelaku usaha yang memiliki posisi sosial dan ekonomi lebih kuat. Konsumen menjadi pihak yang rawan dirugikan dalam praktik bisnis, misalnya melalui informasi yang tidak jelas, pelayanan yang tidak memadai, atau pelanggaran hak-hak mereka. Oleh karena itu, perlindungan konsumen menjadi bagian dari upaya meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, sekaligus mendorong pelaku usaha agar menjalankan kegiatan usahanya secara bertanggung jawab. Untuk mencapai tujuan tersebut, negara melakukan intervensi melalui pembentukan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen, salah satunya dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

UUPK mengatur berbagai bentuk perlindungan konsumen, antara lain dengan menetapkan hak-hak dan kewajiban konsumen secara tegas. Dalam undang-undang ini disebutkan setidaknya sepuluh macam hak konsumen, yaitu hak atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memperoleh informasi, hak untuk memilih, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya, hak untuk memperoleh kebutuhan hidup yang layak, hak untuk mendapatkan ganti rugi, hak untuk memperoleh pendidikan konsumen, hak atas lingkungan hidup yang bersih dan sehat, hak untuk memperoleh barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, serta hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut. Di sisi lain, Pasal 5 UUPK juga mengatur kewajiban konsumen, antara lain: membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian, membayar sesuai nilai tukar yang disepakati, dan mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Keharusan adanya perlindungan konsumen sejalan dengan tujuan pembangunan nasional yang menitikberatkan pada pembangunan manusia Indonesia seutuhnya. Dalam praktik bisnis modern, terutama di sektor jasa, kepuasan pelanggan menjadi fokus utama karena menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan mencegah mereka berpindah ke produk lain. Berbagai strategi pemasaran diarahkan untuk menciptakan sistem pelayanan yang menempatkan kepuasan

pelanggan sebagai prioritas, seperti peningkatan kualitas layanan, kemudahan akses informasi, serta penanganan keluhan yang responsif. Namun, di sisi lain, konsumen pada kenyataannya sering menghadapi kesulitan ketika ingin memperjuangkan haknya, terutama jika harus berhadapan dengan pelaku usaha yang lebih kuat secara ekonomi dan hukum.

Dalam UUPK, mekanisme penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen diatur melalui dua jalur, yaitu melalui pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan (nonlitigasi). Penyelesaian sengketa nonlitigasi dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan menggunakan mekanisme Alternative Dispute Resolution (ADR) seperti mediasi, konsiliasi, dan arbitrase, maupun secara damai oleh para pihak sendiri (konsumen dan pelaku usaha) tanpa melalui lembaga resmi. Akan tetapi, karena berbagai pertimbangan efisiensi, biaya, dan ketidaktahuan terhadap lembaga-lembaga yang memberikan perlindungan konsumen, banyak konsumen lebih memilih penyelesaian sengketa secara damai dengan pelaku usaha. Dalam praktiknya, penyelesaian secara damai ini sering kali tidak memberikan ganti rugi yang layak bagi konsumen, apalagi jika konsumen tidak mampu membuktikan kesalahan pelaku usaha dan tidak mengetahui keberadaan lembaga-lembaga perlindungan konsumen tersebut.

Di sisi lain, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan menegaskan pentingnya penyelenggaraan perusahaan yang efektif dan efisien sebagai salah satu dasar kebijakan pembangunan nasional di bidang ekonomi. Dalam konsideran butir b disebutkan bahwa efisiensi penyelenggaraan perusahaan sangat berpengaruh terhadap kemampuan dunia usaha memanfaatkan peluang dan berkiprah secara sehat di dunia internasional yang penuh persaingan, sehingga dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kesejahteraan rakyat. Dalam konteks ini, pengelolaan dokumen perusahaan yang baik merupakan bagian dari tata kelola usaha yang bertanggung jawab, termasuk dalam mendukung transparansi informasi kepada konsumen dan aparat penegak hukum jika terjadi sengketa.

Telkomsel sebagai pelaku usaha di bidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi dituntut untuk menjalankan asas keterbukaan informasi mengenai layanan dan mekanisme perlindungan konsumen, tidak hanya berdasarkan pengakuan hak-hak konsumen tetapi juga berlandaskan pada tanggung jawab pelaku usaha atas produk dan jasa yang dihasilkannya. Karena konsumen merupakan pengguna jasa komunikasi Telkomsel, maka mereka berhak atas jaminan perlindungan untuk menghindari kerugian yang mungkin timbul. Dalam praktiknya, konsumen yang kritis dan berupaya menegakkan haknya terkadang justru berhadapan dengan gugatan balik pencemaran nama baik dari pelaku usaha, sehingga memperbesar risiko dan beban yang harus mereka tanggung. Akibatnya, banyak konsumen harus berkorban secara materiil maupun immateriil untuk memperjuangkan haknya, sehingga mereka semakin enggan menempuh jalur hukum.

Pada ranah praktis, masyarakat sebagai konsumen sangat membutuhkan informasi yang jelas mengenai produk dan jasa yang mereka gunakan agar mengetahui hak dan mekanisme penyelesaian sengketa apabila mengalami kerugian. Dalam kasus kartu prabayar Telkomsel di Kendari, sering muncul keluhan konsumen seperti kerusakan kartu, hilangnya pulsa sebelum digunakan, gangguan sinyal, SMS pending, gagal menggunakan fitur layanan, kegagalan pengiriman SMS, dan kesulitan mengakses layanan call center atau customer service. Keluhan lain yang sering muncul adalah keterlambatan masuknya pulsa setelah pengisian ulang, yang bisa mencapai 24 jam bahkan ada yang tidak masuk sama sekali, sehingga merugikan konsumen maupun pemilik outlet penjualan pulsa. Ketika terjadi gangguan total jaringan dan dikonfirmasi ke contact center, konsumen kadang hanya mendapat instruksi sederhana seperti mematikan telepon genggam sejenak, yang tidak serta merta memperbaiki keadaan.

Sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi, Telkomsel berkewajiban memenuhi kebutuhan dan hak konsumen atas kualitas layanan yang dijanjikan. Atas kesalahan atau kelalaian dalam penyelenggaraan layanan yang menimbulkan kerugian, konsumen berhak mengajukan tuntutan

ganti rugi kepada penyelenggara telekomunikasi berdasarkan ketentuan perlindungan konsumen dan peraturan sektoral telekomunikasi yang berlaku. Dalam kerangka hukum nasional, perlindungan konsumen di sektor telekomunikasi tidak hanya bertumpu pada UUPK, tetapi juga terkait dengan kewajiban pelaku usaha untuk menjaga mutu layanan, transparansi informasi, dan mekanisme penanganan keluhan yang efektif sebagaimana semangat Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi yang menempatkan telekomunikasi sebagai infrastruktur penting bagi pembangunan nasional.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa penyelenggaraan perlindungan konsumen berlandaskan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 2. Asas manfaat mengandung makna bahwa seluruh upaya perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas keadilan dimaksudkan untuk mewujudkan partisipasi seluruh masyarakat dan memberikan kesempatan yang seimbang bagi konsumen serta pelaku usaha dalam memperoleh hak dan melaksanakan kewajiban secara adil. Asas keseimbangan menekankan pentingnya keselarasan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah agar tidak ada pihak yang dirugikan secara tidak proporsional. Selanjutnya, asas keamanan dan keselamatan konsumen bertujuan memberikan jaminan bahwa barang dan/atau jasa yang dikonsumsi aman digunakan dan tidak menimbulkan bahaya bagi konsumen. Asas kepastian hukum menuntut agar pelaku usaha dan konsumen menaati ketentuan hukum yang berlaku serta menjamin adanya perlindungan dan keadilan yang dapat ditegakkan oleh negara.

UUPK tidak hanya merumuskan asas, tetapi juga menetapkan tujuan perlindungan konsumen yang tercantum dalam Pasal 3. Tujuan tersebut antara lain: meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri; mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindarkan mereka dari ekses negatif penggunaan barang dan/atau jasa; serta memperkuat pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut pemenuhan hak-haknya. Selain itu, UUPK dimaksudkan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan informasi, serta kemudahan akses terhadap informasi yang benar. Undang-undang ini juga bertujuan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga mendorong sikap jujur dan bertanggung jawab dalam kegiatan usaha, sekaligus meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa demi menjamin kelangsungan usaha, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Dengan demikian, UUPK diharapkan mampu melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta mendukung terwujudnya perekonomian yang sehat.

Kebutuhan akan perlindungan hukum terhadap konsumen semakin mengemuka antara lain karena posisi tawar konsumen yang relatif lemah dibanding produsen, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mendorong efisiensi sekaligus kompleksitas produk, serta perubahan pola pemasaran dalam konteks ekonomi global yang menempatkan konsumen pada berbagai risiko baru dalam transaksi barang dan/atau jasa.

Dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, konsumen didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Rumusan ini menunjukkan bahwa yang dimaksud konsumen dalam UUPK adalah konsumen akhir, yakni pemakai terakhir barang dan/atau jasa yang tidak bertujuan untuk memperjualbelikannya kembali. Sejalan dengan itu, Az. Nasution membedakan beberapa batasan konsumen, yaitu: konsumen yang memperoleh barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu; konsumen antara yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial); serta

konsumen akhir yang memperoleh dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga, atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Di sisi lain, UUPK menggunakan istilah "pelaku usaha" sebagai padanan yuridis dari produsen. Pasal 1 angka 3 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pengertian ini mencakup perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, grosir, leveransir, hingga pengecer, sehingga memperluas jangkauan pertanggungjawaban hukum jika konsumen dirugikan akibat penggunaan produk atau jasa yang mereka hasilkan atau perdagangkan.

A. Pengertian Jasa

Secara umum, membedakan antara barang dan jasa sering kali sulit dilakukan karena dalam praktiknya, pembelian suatu barang sering kali disertai dengan jasa tertentu, dan pembelian suatu jasa dapat pula melibatkan barang-barang sebagai pelengkap. Misalnya, jasa telekomunikasi disertai dengan keberadaan fisik seperti telepon. Berdasarkan pengertian umum, jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang bersifat intangible (tidak berwujud secara fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu, walaupun produksi jasa tersebut dapat berhubungan dengan produk fisik atau tidak.

Di Indonesia, pengertian jasa diatur secara hukum dalam Pasal 1 ayat (5) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menyebutkan bahwa "Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen." Dengan demikian, jasa memiliki unsur utama berupa pelayanan yang dimanfaatkan masyarakat dan tidak berbentuk benda berwujud.

B. Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha

1. Hak dan Kewajiban Konsumen

Perlindungan terhadap konsumen merupakan implementasi dari perlindungan hukum. Oleh karena itu, hak-hak konsumen diatur secara eksplisit dalam Pasal 4 UUPK No. 8 Tahun 1999, yang mencakup sembilan hak utama:

a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
b) Hak untuk memilih dan memperoleh barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi, serta jaminan yang dijanjikan.
c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, serta penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang pantas.

Hak-hak tersebut menegaskan bahwa aspek kenyamanan, keamanan, dan keselamatan merupakan pokok utama perlindungan konsumen. Konsumen juga berhak atas keterbukaan informasi agar tidak mengalami kerugian akibat ketidaktahuan. Hak atas informasi ini erat kaitannya dengan hak untuk didengar dan dilindungi dari praktik usaha yang merugikan.

Selain hak, konsumen memiliki kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UUPK No. 8 Tahun 1999, yaitu:

1) Membaca dan mengikuti petunjuk informasi serta prosedur pemakaian barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
2) Beritikad baik dalam transaksi pembelian.
3) Membayar sesuai nilai tukar yang disepakati.
4) Mengikuti proses penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban ini dimaksudkan agar konsumen turut menjaga keseimbangan dalam hubungan hukum serta memperoleh perlindungan dan kepastian hukum sesuai ketentuan.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha juga memiliki hak yang harus dihormati, sejalan dengan hak-hak konsumen. Berdasarkan UUPK No. 8 Tahun 1999, hak pelaku usaha meliputi:
a) Hak untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan nilai tukar barang dan/atau jasa.
b) Hak mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
c) Hak untuk membela diri dalam penyelesaian sengketa hukum.
d) Hak untuk pemulihan nama baik apabila terbukti tidak bersalah atas kerugian konsumen.
e) Hak-hak lainnya sebagaimana diatur undang-undang.

Sebagai konsekuensi dari hak tersebut, pelaku usaha memiliki kewajiban yang bersifat seimbang. Berdasarkan ketentuan UUPK, kewajiban pelaku usaha antara lain:
a) Beritikad baik dalam menjalankan usahanya.
b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, termasuk penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
c) Memperlakukan konsumen secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif.
d) Menjamin mutu barang/jasa sesuai standar yang berlaku.
e) Memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menguji atau mendapatkan garansi atas barang/jasa yang disediakan.
f) Memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian akibat kerugian yang timbul karena penggunaan barang/jasa.
g) Memberikan kompensasi atau ganti rugi apabila barang/jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban tersebut mencerminkan tanggung jawab moral dan hukum pelaku usaha serta membentuk budaya tanggung jawab dalam dunia usaha.

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dan Ganti Rugi kepada Konsumen

Pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang/jasa yang mereka hasilkan. Dalam konteks jasa telekomunikasi, tanggung jawab tersebut diatur dalam Pasal 15 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, yang menyatakan bahwa: Atas kesalahan atau kelalaian penyelenggara telekomunikasi yang menimbulkan kerugian, pihak yang dirugikan berhak mengajukan tuntutan ganti rugi. Penyelenggara komunikasi wajib memberikan ganti rugi kecuali dapat membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh kesalahan atau kelalaiannya.

Dengan demikian, pelaku usaha telekomunikasi memiliki tanggung jawab hukum untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian, kecuali jika terbukti tidak bersalah. Tanggung jawab pelaku usaha dalam UUPK diatur dalam Bab VI Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, yang terdiri atas:
a) Tujuh pasal (Pasal 19, 20, 21, 24, 25, 26, dan 27) mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha.
b) Dua pasal (Pasal 22 dan 28) mengenai pembuktian.
c) Satu pasal (Pasal 23) mengenai penyelesaian sengketa.

d) Pasal 19 hingga 21 mengatur bentuk tanggung jawab utama: Pasal 19 menegaskan tanggung jawab pelaku usaha atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat barang/jasa yang diperdagangkan. Bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa sejenis, perawatan kesehatan, atau pemberian santunan.
e) Pasal 20 mengatur tanggung jawab pelaku usaha periklanan atas akibat negatif yang ditimbulkan dari isi iklan.
f) Pasal 27 menjadi dasar pengecualian tanggung jawab pelaku usaha, antara lain apabila:
   Barang tersebut seharusnya tidak diedarkan.
   1) Cacat timbul kemudian hari.
   2) Cacat timbul akibat ketaatan terhadap ketentuan kualifikasi.
   3) Terdapat kelalaian konsumen sendiri.
   4) Tuntutan sudah kedaluwarsa lebih dari empat tahun sejak barang dibeli atau melebihi batas waktu yang disepakati.

Ketentuan pembatasan ini mencerminkan prinsip keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sekaligus mencegah beban ganti rugi yang berlebihan bagi pelaku usaha. Tujuannya bukan untuk melemahkan perlindungan konsumen, melainkan menjaga keberlangsungan usaha yang sehat dan berkeadilan.

Dalam menentukan besaran ganti rugi, prinsip yang digunakan adalah mengembalikan keadaan konsumen pada posisi semula sebelum terjadi kerugian (restitutio in integrum). UUPK mengatur bahwa bentuk ganti rugi hanya mencakup pengembalian uang atau penggantian barang/jasa sejenis atau bernilai setara. Dengan demikian, sistem ganti kerugian yang dianut bersifat subjektif, bergantung pada kondisi dan keadaan masing-masing pihak.

Secara keseluruhan, UUPK No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi menegaskan pentingnya keseimbangan dan tanggung jawab antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen diberikan perlindungan atas hak-haknya untuk memperoleh keamanan, keadilan, dan kompensasi atas kerugian, sedangkan pelaku usaha diberikan pedoman dan batas tanggung jawab hukum agar hubungan ekonomi dapat berjalan adil, transparan, dan beretika.

III. METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Telkomsel Kendari, dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu penyedia jasa seluler terkemuka di Kota Kendari. Lokasi ini dipilih karena terdapat berbagai permasalahan yang dialami oleh konsumen pengguna kartu prabayar, seperti keterlambatan masuknya pulsa meskipun transaksi pembelian telah dilakukan, kerusakan kartu SIM, layanan dan fitur yang tidak dapat dinikmati meskipun pembelian paket telah sesuai ketentuan promo, serta hilangnya pulsa tanpa penggunaan yang jelas. Kondisi tersebut menimbulkan kerugian konsumen dan kesulitan dalam memperoleh kompensasi maupun ganti rugi, sehingga relevan dijadikan fokus penelitian terkait perlindungan hukum bagi konsumen pengguna jasa PT Telkomsel Kendari.

B. Jenis dan Sumber Data

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini tergolong penelitian lapangan (field research), karena penulis melakukan survei langsung dengan mengunjungi PT Telkomsel Kendari. Penelitian survei ini memperoleh data dari responden melalui observasi, wawancara, dan kajian pustaka. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran angket dan wawancara dengan General Manager PT Telkomsel Kendari, karyawan PT Telkomsel Kendari, dan konsumen pengguna jasa kartu prabayar di Kendari,

yang berkaitan langsung dengan rumusan masalah penelitian.

Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari literatur tentang teori hukum perlindungan konsumen, yang terdiri atas:

1. Bahan hukum primer, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan perundang-undangan lain yang relevan dengan penelitian ini.
2. Bahan hukum sekunder, berupa pendapat para ahli hukum yang dimuat dalam media massa, jurnal hukum, buku-buku literatur, hasil pertemuan ilmiah nasional maupun internasional, serta sumber internet dengan mencantumkan situs rujukan.
3. Bahan hukum tersier, diperoleh dari kamus hukum dan ensiklopedia yang berkaitan dengan pokok permasalahan penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap pelayanan konsumen dan pelaksanaan perlindungan konsumen yang diberikan oleh PT Telkomsel Kendari, baik melalui pusat layanan maupun customer service. 2) Wawancara dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada General Manager PT Telkomsel Kendari dan karyawan PT Telkomsel Kendari untuk memperoleh keterangan yang komprehensif terkait tanggung jawab perusahaan terhadap konsumen. 3) Kajian pustaka digunakan untuk mengumpulkan dan menelaah berbagai literatur, teori hukum, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian.

D. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif, yaitu hasil penelitian diuraikan dalam bentuk kalimat deskriptif. Data yang diperoleh kemudian dijelaskan secara jelas dan rinci melalui proses interpretasi dan dihubungkan satu sama lain sesuai dengan teori hukum yang berlaku. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan pendekatan induktif, yaitu berangkat dari temuan khusus di lapangan untuk kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum.

E. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan. Rincian waktu penelitian adalah sebagai berikut: pada bulan pertama dilakukan kegiatan observasi/pengamatan, pada bulan kedua dilakukan pengumpulan data, dan pada bulan ketiga dilakukan perampungan penulisan skripsi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perlindungan Konsumen bagi Pengguna Jasa Kartu Prabayar Telkomsel di Kendari

Perlindungan konsumen merupakan salah satu upaya hukum untuk menjamin kepastian dan keadilan bagi pihak yang menggunakan barang dan/atau jasa dalam kegiatan ekonomi. Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dalam konteks ini, perlindungan yang dimaksud mencakup segala bentuk pengawasan, tanggung jawab, dan mekanisme penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Dalam praktiknya, implementasi perlindungan konsumen bagi pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kendari belum berjalan secara optimal. Meskipun perangkat hukum telah tersedia, berbagai persoalan tetap muncul, seperti hilangnya pulsa tanpa penggunaan, pulsa yang tidak dapat digunakan setelah pembelian, serta kegagalan dalam pengaktifan fitur layanan yang telah dibayar.

Permasalahan ini menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen, dan menunjukkan adanya celah dalam pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diamanatkan undang-undang.

1. Kewajiban Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang

Berdasarkan Pasal 7 huruf (b) UUPK, pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Dalam konteks Telkomsel, hal ini mengharuskan perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan dan solusi atas setiap kerugian yang dialami konsumen karena penggunaan kartu prabayar.

Namun, dalam kenyataannya, kewajiban tersebut belum sepenuhnya dijalankan dengan baik. Beberapa pengguna Telkomsel Kendari melaporkan hilangnya pulsa tanpa sebab yang jelas dan tidak menerima kompensasi atau penggantian yang sepadan. Sikap tidak responsif ini menunjukkan lemahnya implementasi asas itikad baik oleh pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 4 jo Pasal 7 UUPK.

2. Upaya Perlindungan Konsumen oleh Telkomsel

Telkomsel menyediakan beberapa sarana perlindungan konsumen melalui jalur nonlitigasi. Bentuk-bentuk layanan yang disediakan antara lain:

a) Situs Web Telkomsel – Konsumen dapat mengakses informasi produk dan layanan kartu prabayar melalui situs resmi www.Telkomsel.co.id.
b) Customer Service (CS) – Layanan langsung di Telkomsel Center yang menerima keluhan secara tatap muka dan memberikan solusi atau kompensasi terhadap masalah yang dilaporkan.
c) Layanan Info Customer (188) – Layanan call center 24 jam bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan tanpa harus datang langsung.
d) Layanan Media Sosial – Melalui akun resmi seperti Facebook Telkomsel Care, Twitter @TelkomselCare, dan email customerservice@telkomsel.co.id.

Dari keempat layanan tersebut, layanan Customer Service (CS) merupakan jalur yang dianggap paling efektif dalam menyampaikan keluhan dan memperoleh penjelasan langsung dari pihak operator. Namun, walaupun terdapat sarana pelayanan, penyelesaiannya kerap tidak menghasilkan ganti rugi sebagaimana diharapkan konsumen.

3. Prosedur Pemberian Kompensasi dan Ganti Rugi

Upaya pemberian ganti rugi terhadap kerugian konsumen oleh Telkomsel dilakukan dengan dua cara: melalui layanan CS dan layanan lainnya (non-CS). Jika menggunakan layanan selain CS, konsumen harus menunggu konfirmasi lanjutan setelah menyampaikan keluhan. Sementara melalui CS, mekanismenya adalah sebagai berikut:

a) Konsumen datang langsung ke Telkomsel Center.
b) Mengisi data identitas sesuai dengan registrasi kartu.
c) Menyampaikan keluhan kepada petugas CS.
d) CS melakukan verifikasi terhadap kejadian dan berupaya mencari solusi.
e) Telkomsel dapat memberikan ganti rugi berupa kompensasi pulsa, penggantian kartu, atau solusi lain yang disepakati bersama.

Meskipun mekanisme ini secara administratif telah sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen, praktik di lapangan menunjukkan banyak keluhan yang tidak direspons dengan baik. Konsumen yang kehilangan pulsa atau gagal mengakses layanan setelah pembayaran cenderung tidak memperoleh kompensasi yang dijanjikan. Hal ini jelas bertentangan dengan Pasal 19 ayat (1) UUPK yang menyebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas

kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Lebih lanjut, Pasal 19 ayat (3) UUPK menentukan tenggat waktu pemberian kompensasi maksimal tujuh hari setelah transaksi, namun berdasarkan observasi, ketentuan ini jarang diterapkan dalam praktik layanan Telkomsel.

4. Hasil Wawancara dengan Pihak Telkomsel

Dalam wawancara dengan pihak PT Telkomsel Kendari, dijelaskan bahwa hubungan hukum antara Telkomsel dan konsumen muncul setelah konsumen melakukan registrasi dan menggunakan layanan kartu prabayar. Telkomsel mengakui bahwa keluhan seperti gangguan jaringan dan kehilangan pulsa sering terjadi, namun sebagian penyebab kerugian dianggap berasal dari kesalahan pengguna atau faktor eksternal, seperti gangguan alam dan teknis.

Telkomsel menyatakan bersedia mengganti kerugian apabila terbukti kesalahan berasal dari pihaknya. Namun, jika kerugian disebabkan oleh kesalahan penggunaan oleh konsumen, maka perusahaan tidak memiliki kewajiban untuk memberikan ganti rugi. Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa dalam banyak kasus, klaim konsumen tidak ditindaklanjuti secara memadai. Konsumen sering kali tidak memperoleh penggantian walau kerugian jelas bukan akibat kesalahan mereka.

5. Analisis Implementasi Pasal 19 UUPK

Berdasarkan Pasal 19 ayat (2) UUPK, bentuk ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa sejenis, atau santunan lain sesuai peraturan. Namun Telkomsel kerap hanya memberikan kompensasi minimal, seperti pulsa nelpon gratis ke sesama pengguna Telkomsel, bahkan dalam beberapa kasus konsumen dibebani biaya penggantian kartu sebesar Rp2.000. Kondisi ini membuat ganti rugi yang diberikan tidak sepenuhnya mencerminkan asas keadilan.

Di sisi lain, Pasal 4 huruf (a) UUPK menjamin hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Berbagai keluhan yang belum terselesaikan menunjukkan bahwa prinsip tersebut belum terwujud secara maksimal dalam pelayanan Telkomsel di Kendari.
Telkomsel juga diharapkan menjalankan asas keterbukaan informasi, namun rendahnya transparansi terhadap mekanisme pengurangan pulsa dan aktivasi fitur sering kali memperburuk kepercayaan konsumen.

6. Faktor Penghambat Pemenuhan Hak Konsumen

Kegagalan Telkomsel dalam memberikan perlindungan optimal tidak hanya disebabkan oleh faktor internal perusahaan, tetapi juga akibat rendahnya kesadaran hukum masyarakat sebagai konsumen. Banyak konsumen menganggap kerugian kecil seperti kehilangan pulsa nominal rendah sebagai hal yang tidak signifikan, sehingga tidak melapor atau menuntut haknya.

Rendahnya tingkat pengetahuan hukum masyarakat menyebabkan pelaku usaha terbebas dari kewajiban. Dalam konteks perlindungan konsumen, kondisi tersebut menunjukkan lemahnya peran sosial dalam mengawasi pelaku usaha dan tidak optimalnya fungsi Badan Perlindungan Konsumen di daerah.

7. Jalur Penyelesaian Sengketa Konsumen

Sesuai UUPK, penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen terbagi menjadi dua bentuk:

a) Litigasi – Penyelesaian melalui pengadilan umum, dapat ditempuh apabila upaya nonlitigasi tidak berhasil.
b) Nonlitigasi – Penyelesaian di luar pengadilan melalui lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), atau dengan cara perdamaian langsung antara konsumen dan pelaku usaha.

Apabila kerugian tidak terselesaikan, konsumen berhak mengajukan tuntutan hukum atau melapor ke lembaga terkait. Dalam kasus yang melibatkan banyak konsumen, dapat ditempuh gugatan Class Action, sebagaimana diatur dalam UUPK, yakni gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen atau lembaga perlindungan konsumen terhadap pelaku usaha atas kerugian massal. Namun, dalam praktiknya, di wilayah seperti Kendari, mekanisme BPSK dan Class Action jarang digunakan karena keterbatasan akses, biaya, serta pengetahuan masyarakat tentang prosedur hukum.

8. Hasil Wawancara dengan Konsumen dan Analisis Empiris

Berdasarkan angket dan wawancara terhadap responden pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kendari, seluruh responden menyatakan pernah mengalami kerugian selama menggunakan layanan tersebut. Bentuk kerugian yang paling sering terjadi adalah hilangnya pulsa tanpa sebab dan gangguan jaringan yang menghambat pemakaian layanan. Beberapa konsumen juga melaporkan pengalaman mendatangi Customer Service untuk komplain, namun tidak memperoleh solusi yang memuaskan. Salah satu konsumen menyebutkan pulsanya berkurang dari Rp25.000 menjadi Rp6.500 tanpa penggunaan, tetapi Telkomsel menyatakan kerugian tersebut tidak berasal dari kesalahan mereka. Kasus ini menunjukkan lemahnya transparansi dan akuntabilitas Telkomsel dalam menangani keluhan pelanggan. Fakta empiris ini menggambarkan bahwa Telkomsel belum sepenuhnya memenuhi prinsip itikad baik dan tanggung jawab sosial sebagaimana diwajibkan dalam UUPK. Dengan kata lain, praktik pelayanan konsumen Telkomsel di Kendari masih jauh dari harapan hukum yang dijalankan secara berkeadilan.

9. Kewajiban Itikad Baik dan Prinsip Keadilan

UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha harus beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi yang benar, dan memberikan kompensasi atas kerugian produk yang tidak sesuai. Namun, temuan di lapangan memperlihatkan adanya praktik yang tidak sejalan dengan prinsip tersebut.

Dalam konteks hukum perdata, kelalaian dalam memenuhi kewajiban ini dapat dikategorikan sebagai wanprestasi. Kegagalan Telkomsel dalam memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan merupakan bentuk pelanggaran terhadap kontrak layanan dan asas keadilan kontraktual. Telkomsel sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi memiliki tanggung jawab untuk menyediakan layanan yang and reliable. Bila terjadi kerugian akibat kelalaian pihak operator, perusahaan seharusnya menanggung beban ganti rugi sepenuhnya, bukan sebatas memberikan imbalan simbolis seperti gratis nelpon sesama. Praktik kompensasi yang tidak proporsional mencerminkan ketidakadilan bagi konsumen dan mencederai semangat UUPK.

10. Partisipasi Masyarakat dan Fungsi Pengawasan

Perlindungan konsumen tidak bisa hanya mengandalkan regulasi formal; partisipasi aktif masyarakat juga mutlak diperlukan. UUPK mengamanatkan peran masyarakat dalam mengawasi pelaku usaha dan memberikan kritik terhadap praktik yang merugikan konsumen. Bentuk partisipasi ini dapat berupa pelaporan kepada BPSK, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM), atau bahkan tindakan hukum melalui jalur pengadilan. Namun, di Kendari, partisipasi masyarakat masih rendah. Banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa mereka

memiliki hak hukum untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian, baik melalui pengaduan langsung maupun tindakan litigasi. Akibatnya, pelaku usaha masih bisa beroperasi tanpa tekanan sosial atau hukum yang memadai untuk memperbaiki layanannya.

11. Evaluasi Akhir dan Kesimpulan

Berdasarkan analisis hukum dan fakta empiris, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen bagi pengguna jasa kartu prabayar Telkomsel di Kendari belum terlaksana secara efektif. Beberapa indikator yang menunjukkan hal ini antara lain:

a) Mekanisme layanan konsumen belum memberikan solusi dan ganti rugi yang memadai.
b) Tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK belum diimplementasikan secara konsisten.
c) Rendahnya transparansi dan informasi menyebabkan konsumen sering mengalami kerugian tanpa penjelasan.
d) Tingkat kesadaran hukum masyarakat konsumen masih rendah, sehingga pengawasan publik terhadap pelaku usaha tidak berjalan optimal.
e) Jalur penyelesaian sengketa seperti BPSK belum berfungsi efektif di tingkat daerah.

Telkomsel sebagai penyedia jasa telekomunikasi seharusnya tidak sekadar berorientasi pada bisnis, tetapi juga menjamin perlindungan terhadap konsumennya. Sebagai pelaku usaha dominan, Telkomsel memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk memperbaiki sistem pengaduan, mempercepat proses kompensasi, dan memberikan transparansi terkait layanan. Sebaliknya, masyarakat sebagai konsumen juga perlu meningkatkan kesadaran hukum agar tidak mudah mengabaikan kerugian kecil yang dialami. Sikap kritis dan aktif dalam menuntut haknya akan menciptakan keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Sinergi antara Telkomsel, konsumen, dan lembaga hukum seperti BPSK serta LPKSM menjadi kunci agar pelaksanaan perlindungan konsumen dapat terwujud sesuai amanat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

B. Faktor penghambat pelaksanaan perlindungan konsumen bagi pengguna jasa kartu Prabayar Telkomsel di Kendari

Faktor penghambat pertama adalah ketidaktahuan konsumen terhadap UUPK dan hak-hak mereka sebagai konsumen jasa kartu prabayar Telkomsel. Banyak konsumen tidak mengetahui adanya pengaturan hukum yang secara khusus menjamin hak dan menetapkan kewajiban mereka, sehingga mereka cenderung pasif dan tidak melakukan upaya ketika dirugikan. Padahal, UUPK menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan tanggung jawab bersama pemerintah, pelaku usaha, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan konsumen itu sendiri, sehingga masyarakat diharapkan proaktif menjadi kontrol sosial dalam menegakkan perlindungan konsumen. Rendahnya pengetahuan ini diperparah oleh fakta bahwa pihak Telkomsel tidak pernah secara jelas menyosialisasikan hak dan kewajiban pengguna kartu prabayar, sehingga konsumen tidak memahami posisi hukumnya dan mudah dirugikan tanpa perlawanan. Dalam konteks ini, pelaku usaha seharusnya menjalankan kewajibannya sebagaimana Pasal 7 UUPK, antara lain beritikad baik dan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai jasa yang ditawarkan.

Faktor kedua adalah kurangnya sosialisasi pelaku usaha mengenai bentuk-bentuk layanan konsumen yang disediakan Telkomsel. Telkomsel sebenarnya telah menyediakan berbagai sarana untuk menampung keluhan dan komplain, seperti Customer Service di Telkomsel Center, layanan melalui media sosial (Facebook Telkomsel Care, Twitter @TelkomselCare), dan email (customerservice@telkomsel.co.id) sebagai kanal pengaduan dan komunikasi dengan konsumen. Namun, banyak konsumen yang tidak mengetahui keberadaan dan cara menggunakan layanan-layanan tersebut, sehingga sarana yang disediakan tidak termanfaatkan secara optimal. Minimnya sosialisasi ini menyebabkan jurang informasi antara pelaku usaha dan konsumen, yang pada

akhirnya menghambat terwujudnya perlindungan konsumen secara nyata, karena hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya serta hak atas informasi yang jelas tidak terpenuhi secara efektif.

Faktor ketiga adalah tidak jelasnya informasi yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen mengenai layanan dan fasilitas perlindungan konsumen yang tersedia. Telkomsel berpendapat bahwa mereka telah memberikan informasi kepada konsumen melalui layanan-layanan yang telah disediakan, tetapi penyampaian informasi tersebut tidak dilakukan secara langsung dan proaktif kepada seluruh pengguna kartu prabayar. Akibatnya, banyak konsumen yang merasa dirugikan karena tidak memahami syarat, ketentuan, atau mekanisme layanan yang mereka gunakan, termasuk ketentuan paket layanan tertentu yang berujung kerugian finansial. Ketidakjelasan informasi ini bertentangan dengan kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 UUPK untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta bertentangan dengan hak konsumen atas informasi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK.

Faktor keempat adalah sulitnya menghubungi layanan informasi pelanggan (Customer Service) Telkomsel. Meskipun tersedia layanan call center 24 jam dengan beberapa nomor kontak gratis maupun berbayar, banyak konsumen mengeluhkan kesulitan mengakses layanan tersebut, baik ketika hendak menyampaikan komplain maupun sekadar mencari informasi mengenai layanan kartu prabayar. Hambatan yang sering terjadi antara lain sambungan yang sibuk, sulit terhubung meski sudah berulang kali mencoba, serta beban biaya panggilan karena nomor layanan bersifat berbayar. Kondisi ini menimbulkan keengganan bagi konsumen untuk menghubungi layanan pelanggan, sehingga hak mereka untuk didengar pendapat dan keluhannya tidak terpenuhi. Dalam beberapa kasus, meskipun keluhan akhirnya tersampaikan, konsumen tidak memperoleh kompensasi atau ganti rugi, padahal Pasal 19 UUPK mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian jasa sejenis atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Faktor kelima adalah sarana dan layanan konsumen yang tidak efektif, terutama melalui jejaring sosial dan mekanisme pengaduan lainnya. Konsumen merasa pelayanan melalui media sosial kurang optimal karena respons terhadap komplain memakan waktu lama dan tidak langsung ditindaklanjuti setelah laporan disampaikan. Proses penanganan keluhan yang lambat ini membuat konsumen tidak memperoleh penyelesaian yang cepat dan memadai, sehingga tujuan perlindungan konsumen untuk memberikan kepastian hukum dan kepastian pelayanan tidak tercapai. Selain itu, kesulitan utama lain yang dihadapi konsumen adalah pembuktian bahwa kerugian yang dialami benar-benar akibat kesalahan atau kelalaian pelaku usaha, bukan kesalahan konsumen sendiri. Telkomsel cenderung membela diri dengan merujuk pada hasil verifikasi internal terhadap komplain, sedangkan konsumen tidak memiliki kemampuan teknis maupun akses informasi untuk menguji kebenaran argumen dan penjelasan tersebut. Posisi tawar konsumen menjadi sangat lemah, sehingga tuntutan ganti rugi sering kali tidak dikabulkan, walaupun secara substansi mereka merasa sangat dirugikan. Padahal, Pasal 19 UUPK secara tegas menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, yang dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang/jasa sejenis, atau bentuk kompensasi lain yang setara.

Berdasarkan uraian tersebut, tampak bahwa faktor penghambat pelaksanaan perlindungan konsumen bagi pengguna kartu prabayar Telkomsel di Kendari berasal dari dua sisi, yaitu konsumen dan pelaku usaha. Dari sisi konsumen, hambatan utama adalah rendahnya kesadaran dan pengetahuan mengenai hak dan kewajiban mereka menurut UUPK, serta ketidakmampuan membuktikan kerugian dan kesalahan pelaku usaha secara meyakinkan. Dari sisi pelaku usaha, hambatan terletak pada kurangnya sosialisasi, ketidakjelasan informasi produk dan layanan, sulitnya akses terhadap layanan pengaduan, dan ketidakefektifan mekanisme penanganan

komplain, termasuk minimnya pemberian ganti rugi meskipun terdapat kerugian nyata di pihak konsumen. Situasi ini berlawanan dengan prinsip dasar UUPK yang bertujuan mengangkat harkat dan martabat konsumen, meningkatkan pemberdayaan konsumen, dan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memiliki kepastian hukum, keterbukaan informasi, serta akses terhadap upaya penyelesaian sengketa yang adil.

Dengan demikian, penguatan perlindungan konsumen bagi pengguna jasa kartu prabayar Telkomsel di Kendari menuntut itikad baik yang lebih nyata dari pelaku usaha untuk mematuhi kewajiban sebagaimana diatur Pasal 7 UUPK, memperjelas informasi, memperluas dan mengoptimalkan sarana layanan konsumen, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi sesuai Pasal 19 UUPK bila konsumen menderita kerugian. Di saat yang sama, pemerintah dan lembaga terkait perlu lebih intensif melakukan sosialisasi hukum perlindungan konsumen agar masyarakat memahami hak dan kewajibannya, sehingga tidak lagi berada pada posisi lemah ketika berhadapan dengan pelaku usaha besar di sektor jasa telekomunikasi.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya sesuai dengan hasil pengumpulan data yang telah penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyelenggara telekomunikasi belum baik dan belum sepenuhnya memberikan jasa telekomunikasi kepada konsumen karena sering kali konsumen mengalami kendala dalam pemakaian jasa komunikasi tersebut dan merasa sulit mendapatkan penggantirugian walau pelaku usaha telah memberikan sarana dan fasilitas dan layanan yang baik untuk upaya perlindungan konsumen. Konsumen kurang mendapatkan haknya untuk mendapatkan informasi yang jelas
2. Penyelenggara telekomunikasi kurang jelas dalam memberikan informasi mengenai layanan-layanan konsumen walau telah ditunjang dengan bermacam-macam sarana dan fasilitas, layanan yang diberikan tidak efektif untuk upaya pelaksanaan perlindungan konsumen, konsumen sulit menghubungi layanan konsumen yang disediakan Telkomsel, dan sulitnya bagi konsumen untuk membuktikan kesalahan dari pelau usaha sehingga konsumen terhalang untuk melakukan upaya untuk ganti rugi kepada pelaku usaha.

B. Saran

1. Agar pemerintah malakukan sosialisasi lebih lagi kepada masyarakat mengenai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar masyarakat mengetahui dasar hukum dalam memperjuangkan hak-hak mereka dalam kedudukan sebagai konsumen dan Agar pemerintah benar-benar melakukan pengawasan terhadappenyelenggaraan jasa telekomunikasi agar pelaku usaha lebih beritikad baik dalam menjalankan usahnya sehingga pelaku usaha lebih memperhatikan hak-hak konsumen.
2. Agar pelaku usaha yang bergerak pada penyedia jasa telekomuniksi lebih memperhatikan apa-apa saja yang menjadi hak serta kewajiban konsumen dan pelau usaha dalam menjalankan usahanya sehingga hak-hak konsuen lebih diperhatikan dan tidak ada yang merasa dirugikan.
3. Agar masyarakat sebagai konsumen harus benar-benar mengerti bahwa masyarakat masyarakat sebagai konsumen memeiliki hak-hak yang harus dihormati dan dipenuhi oleh pelaku usaha, dalam hal ini masyarakat harus benar-benar memperjuangkan hak-haknya jika pelaku usaha tidak memenuhi hak-hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul R. Saliman, 2005, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan: Teori dan Contoh kasus,* Kencana,. Cet. ke-3. Jakarta.

Ahmadi Miru, & Sutarman Yodo, 2007, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PTRaja Grafindo Persada, Jakarta.

Ahmadi Miru, 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen DiIndonesia,* PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.

Bambang Sunggono, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, PT. RajaGrasindoPersada, Jakarta.

Beni Ahmad Saebani, 2008, *Metode Penelitian Hukum*, Pustaka Setia, Bandung.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen,* Sinar Grafika, Jakarta.

Erman Rajagukguk, dkk, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.

Fandy Tjiptono, 2000, *Manajemen Jasa,* Andi, Yogyakarta.

Gunawan Widjaja, & Ahmad Yani, 2001, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen,* PT. Gramedia Pustaka Utama, Cet. ke-3. Jakarta.

Hermansyah, 2009, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia,* Kencana, Cet. ke-3. Jakarta.

Jhudariksawan, 2005, *Pengantar Hukum Telekomunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

M. Sadar, dkk., 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia,* Akademia, Jakarta. Soejono Soekanto, 2007, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta.

Masri Singaribun & Efendi, 1989, *Metode Penelitian Sosial,* LP3ES, Jakarta.

Munir Fuady, 2005, *Pengantar Hukum Bisnis*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumennya*, PT. Citra Aditya Bakti, Cet. ke-2. Bandung.

Lampiran peraturan perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi.

http://www.anneahira.com/pelanggan.htm.