



SKRIPSI

**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan
Promosi Sriwijaya Travel Pass**

*Legal Protection for Consumers Have Been Harmed by Sriwijaya Travel Pass
Promotion Activities*

Oleh :

MAYANG DAMAYANTI PUTRI

NIM. 150710101378

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2019

SKRIPSI

**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan
Promosi Sriwijaya Travel Pass**

*Legal Protection for Consumers Have Been Harmed by Sriwijaya Travel Pass
Promotion Activities*

Oleh :

MAYANG DAMAYANTI PUTRI

NIM. 150710101378

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**

MOTTO

**“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah
kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha – B.J Habibie”***



* <https://www.sederet.com/tutorial/popular-quotes-by-indonesian-kata-mutiara-dari-tokoh-nasional/>

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Puji Syukur atas rahmat Tuhan Yang Maha Esa, Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Ayahanda Edi Suroso dan Ibunda Ririn Puspitarini yang telah menjadi inspirasi dan semangat bagi penulis dalam menjalani hidup, yang telah memberikan kasih sayang tulus, perhatian, do'a, restu serta segala pengorbanan yang tidak bisa dijelaskan dan tidak bisa dinilai dengan apapun;
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang Penulis baranggakan; serta
3. Para guru TK Dharma wanita, SD Negeri 2 Nglampir Tulungagung, SMP Negeri 1 Bandung Tulungagung, SMA Negeri 1 Durenan Trenggalek, serta Bapak/Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, wawasan, dan telah mendidik serta membimbing Penulis dengan penuh kesabaran sehingga Penulis dapat menyelesaikan Pendidikan hingga saat ini dengan baik dan lancar.

**Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan
Promosi Sriwijaya *Travel Pass***

*Legal Protection for Consumers Have Been Harmed by Sriwijaya Travel Pass
Promotion Activities*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Hukum

MAYANG DAMAYANTI PUTRI

NIM. 150710101378

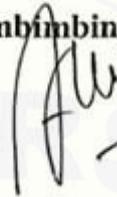
**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2019**

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL, 1 JULI 2019

Oleh:

Dosen Pembimbing Utama,



Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.

NIP. 196812302003122001

Dosen Pembimbing Anggota,



Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.

NIP. 197905142003121002

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Sriwijaya Travel Pass.

Oleh :

MAYANG DAMAYANTI PUTRI

NIM. 150710101378

Dosen Pembimbing Utama



Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.

NIP. 196812302003122001

Dosen Pembimbing Anggota



Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.

NIP. 197905142003121002

Mengesahkan :

Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi

Universitas Jember

Fakultas Hukum

Dekan



Dr. Nurul Ghifron, S.H., M.H.

NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan panitia penguji:

Hari : Senin

Tanggal : 01

Bulan : Juli

Tahun : 2019

Diterima Oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji :

Ketua,



Nanang Suparto, S.H.,M.H.

NIP.195711211984032001

Sekretaris,



Dr. Rahmadi Indra Tektona, S.H.,M.H.

NIP.198010112008121001

Anggota Penguji,

Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.

NIP. 196812302003122001

Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.

NIP. 197905142003121002



.....



.....

PERNYATAAN

Saya sebagai penulis yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MAYANG DAMAYANTI PUTRI

NIM : 150710101378

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Sriwijaya *Travel Pass*”** adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak lain serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 1 Juli 2019

Yang Menyatakan



MAYANG DAMAYANTI PUTRI

NIM. 150710101378

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul : **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Sriwijaya Travel Pass”** ini dapat terselesaikan dengan cepat dan tepat. Penulisan ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) di Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulisan ini dapat terselesaikan dengan adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka sudah selayaknya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Edi Wahjuni, S.H.,M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Utama (DPU) yang telah memberikan bimbingan, dukungan, Ilmu, saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembimbing Anggota (DPA) yang telah memberikan bimbingan, dukungan, ilmu, saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Nanang Suparto, S.H.,M.H. selaku Ketua Penguji yang telah memberikan ilmu, dukungan, saran dan motivasi untuk terus maju menuju yang lebih baik.
4. Dr. Rahmadi Indra Tektona, S.H.,M.H. selaku Sekertaris Penguji yang telah memberikan ilmu, dukungan, saran, dan motivasi untuk terus maju menuju yang lebih baik.
5. Dr. Nurul Ghufron, S.H.,M.H. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember.
6. Dr. Dyah Ochtorina Susanti, S.H.,M.Hum. selaku wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember, Bapak Echwan Iriyanto, S.H.,M.H. selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Jember, Dr. Aries Harianto, S.H.,M.H selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember.

7. Prof. Dr. Dominikus Rato, S.H., M.Si. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember.
8. Ibu Sapti Prihatmini, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) di Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah banyak membantu saya dimulai dari awal perkuliahan sampai akhir.
9. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember yang selama ini sudah menyempatkan waktu dan berbagi ilmu dan pengetahuannya yang sangat bermanfaat dan membantu penulis mempunyai cara berfikir yang berbeda.
10. Ayahanda Edi Suroso dan Ibunda Ririn Puspitarini yang tiada hentinya memberikan semangat, dukungan, motivasi, nasehat, doa, restu, cinta dan kasih sayang bagi penulis dalam mencapai cita-cita untuk mewujudkan hidup yang lebih baik, dan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada teman-teman terdekatku tercinta, Caca, Nikita, Asna, April, Bintang, Vivi, Melisa dan Moera yang telah membantu dan memberikan semangat pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. UKM ALSA (Asia Law Students' Association) yang selama kurang lebih 4 tahun menjadi keluarga dikampus, tempat berproses menjadi pribadi yang lebih baik. May ALSA, Always Be One!
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebajikanmu mendapat imbalan dari Tuhan yang Maha Esa. Penulis juga meminta segala kritik saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jember, 1 Juli 2019

Penulis

RINGKASAN

Sriwijaya *Travel Pass* merupakan program yang membuka keanggotaan bersifat eksklusif pada seluruh pengguna jasa penerbangan. Sriwijaya *Air* mempromosikan program Sriwijaya *Travel Pass* dengan menyatakan bahwa anggota Sriwijaya *Travel Pass* dapat menikmati penerbangan sepuasnya selama satu tahun penuh hanya dengan membayar biaya sebesar 12 juta rupiah pada awal pendaftaran. Dalam promosinya pihak Sriwijaya *Air* tidak akan membatasi jumlah penerbangan yang akan diambil oleh anggota Sriwijaya *Travel Pass* sehingga memungkinkan anggota dapat melakukan penerbangan sepuasnya di seluruh rute domestik dengan menggunakan maskapai penerbangan Sriwijaya *Air* dan NAM *Air*. Namun faktanya setelah menggunakan program Sriwijaya *Travel Pass* banyak anggota yang mengeluh kesulitan membeli tiket penerbangan Sriwijaya *Air* karena tiket selalu *sold out* hingga beberapa bulan ke depan. Tetapi apabila anggota Sriwijaya *Travel Pass* mencoba membeli tiket atas nama non member untuk jadwal dan rute penerbangan yang sama ternyata tiket masih tersedia bahkan dengan pilihan rute dan jadwal yang beragam. Hal ini menimbulkan kerugian bagi anggota karena tidak bisa menggunakan fasilitas yang ditawarkan pada program Sriwijaya *Travel Pass* yaitu berupa penerbangan sepuasnya selama satu tahun. Sriwijaya *Air* selama ini tidak menginformasikan secara jelas, lengkap dan transparan terkait penyediaan tiket antara anggota dengan penumpang regular dan kondisi produk yang sebenarnya sehingga anggota mengalami kerugian. Hal ini ada dugaan melanggar Pasal 7 huruf b,c, dan f, dan Pasal 118 ayat (1) huruf e Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan. Rumusan masalah yang akan dibahas : (1) Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*? (2) Apa tanggung jawab dari Sriwijaya *Air* terhadap konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*? (3) Apa upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*?

Metode penelitian dalam penulisan ini menggunakan tipe penelitian normatif, yang artinya bahwa permasalahan yang diangkat dan dibahas dalam penelitian difokuskan dengan menerapkan kaidah atau norma dalam hukum positif. Pendekatan masalah menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dengan bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan non hukum. Analisa bahan hukum yang digunakan yaitu secara deduktif adalah analisa yang dimulai dari hal yang bersifat umum untuk menuju hal yang bersifat khusus.

Hasil penelitian atas pembahasan dalam skripsi ini yaitu mencakup, pertama bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat promosi Sriwijaya *Travel Pass* adalah perlindungan hukum dalam tindakan

preventif yang tertuang pada pasal 4,7,8, 9 dan 10 UUPK dan perlindungan hukum dalam tindakan represif yang tertuang pada pasal 23, 60 dan 62 UUPK. Yang kedua tanggung jawab Sriwijaya Air terhadap konsumen yang dirugikan akibat promosi Sriwijaya *Travel Pass* adalah berupa ganti rugi dengan pengembalian uang pendaftaran program Sriwijaya *Travel Pass* sebesar 12 juta rupiah yang telah dikeluarkan oleh konsumen atau berupa penggantian jasa yang setara dengan program Sriwijaya *Travel Pass* dan upaya yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat promosi Sriwijaya *Travel Pass* yaitu dengan penyelesaian sengketa dengan cara damai, penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan penyelesaian diluar pengadilan.

Kesimpulan yang diperoleh adalah, *pertama* Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam tindakan preventif terhadap promosi Sriwijaya *Travel Pass* yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen tertuang pada Pasal 4,7,8,9 dan 10 UUPK serta untuk bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam tindakan represif tertuang pada Pasal 23, 60 dan 62 UUPK. *Kedua* tanggung jawab Sriwijaya Air terhadap konsumen yang dirugikan akibat promosi Sriwijaya *Travel Pass* yaitu Sriwijaya Air mempunyai tanggung jawab untuk memberi jaminan atas hak-hak konsumen, Sriwijaya Air berkewajiban untuk memberi kompensasi atau ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang pendaftaran program Sriwijaya *Travel Pass* sebesar 12 juta rupiah atau berupa penggantian jasa yang setara dengan program Sriwijaya *Travel Pass*. Sriwijaya Air juga berkewajiban untuk melaksanakan ketentuan terkait tanggung jawab pelaku usaha pada Pasal 7 huruf a, dan f serta Pasal 19 UUPK. *Ketiga* bahwa berdasarkan pasal 45 UUPK, upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat promosi Sriwijaya *Travel Pass* yaitu upaya penyelesaian sengketa secara damai, upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan upaya penyelesaian sengketa diluar pengadilan yang dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Saran dari penulis baik pelaku usaha yaitu sebaiknya pelaku usaha dalam mempromosikan produk yang diperdagangkannya wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi produk yang sebenarnya sehingga tidak menyebabkan kerugian bagi konsumen. Konsumen sebaiknya lebih berhati-hati dalam membeli atau menggunakan produk dengan memperhatikan informasi dengan seksama sehingga mencegah kerugian yang mungkin ditimbulkan. Serta pemerintah sebaiknya dalam hal ini membuat regulasi khusus terkait promosi/iklan yang beredar dimasyarakat melalui media digital yang saat ini lebih sering diakses sehingga promosi/iklan pada media digital lebih terarah dalam pencantuman informasi produk.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRASYARAT GELAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PENETAPAN	viii
HALAMAN PERNYATAAN	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
HALAMAN DAFTAR ISI	xv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	vxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Umum	4
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 Metode Penelitian.....	5
1.4.1 Tipe Penelitian	5
1.4.2 Pendekatan Penelitian.....	6
1.4.3 Bahan Hukum	6
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer.....	6
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder	6
1.4.3.3 Bahan Non Hukum.....	7

1.4.4 Analisis Bahan Hukum.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Perlindungan Hukum.....	8
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum	8
2.1.2 Bentuk-bentuk Perlindungan Hukum.....	9
2.2 Perlindungan Konsumen	10
2.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen	10
2.2.2 Asas-asas Perlindungan Konsumen	11
2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen.....	12
2.3 Konsumen dan Pelaku Usaha.....	13
2.3.1 Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha.....	13
2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	14
2.3.3 Larangan Bagi Pelaku Usaha	17
2.4 Kerugian	18
2.4.1 Pengertian Kerugian.....	20
2.4.2 Macam-macam Kerugian	19
2.5 Kegiatan Promosi	20
2.5.1 Pengertian Kegiatan Promosi.....	20
2.5.2 Tujuan Kegiatan Promosi.....	21
2.5.3 Cara Kegiatan Promosi.....	22
2.6 Sriwijaya <i>Travel Pass</i>	22
2.6.1 Pengertian Sriwijaya <i>Travel Pass</i>	25
2.6.2 Syarat dan Cara Daftar Sriwijaya <i>Travel Pass</i>	26
BAB 3 PEMBAHASAN	27
3.1 Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Sriwijaya <i>Travel Pass</i>	28
3.2 Tanggung Jawab dari Sriwijaya Air Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Sriwijaya <i>Travel Pass</i>	38
3.3 Upaya Penyelesaian yang Dapat Ditempuh Oleh Konsumen yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Sriwijaya <i>Travel Pass</i>	48
3.3.1 Upaya Penyelesaian Sengketa Litigasi.....	51

3.3.2 Upaya Penyelesaian Sengketa Non Litigasi.....	53
BAB 4 PENUTUP.....	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

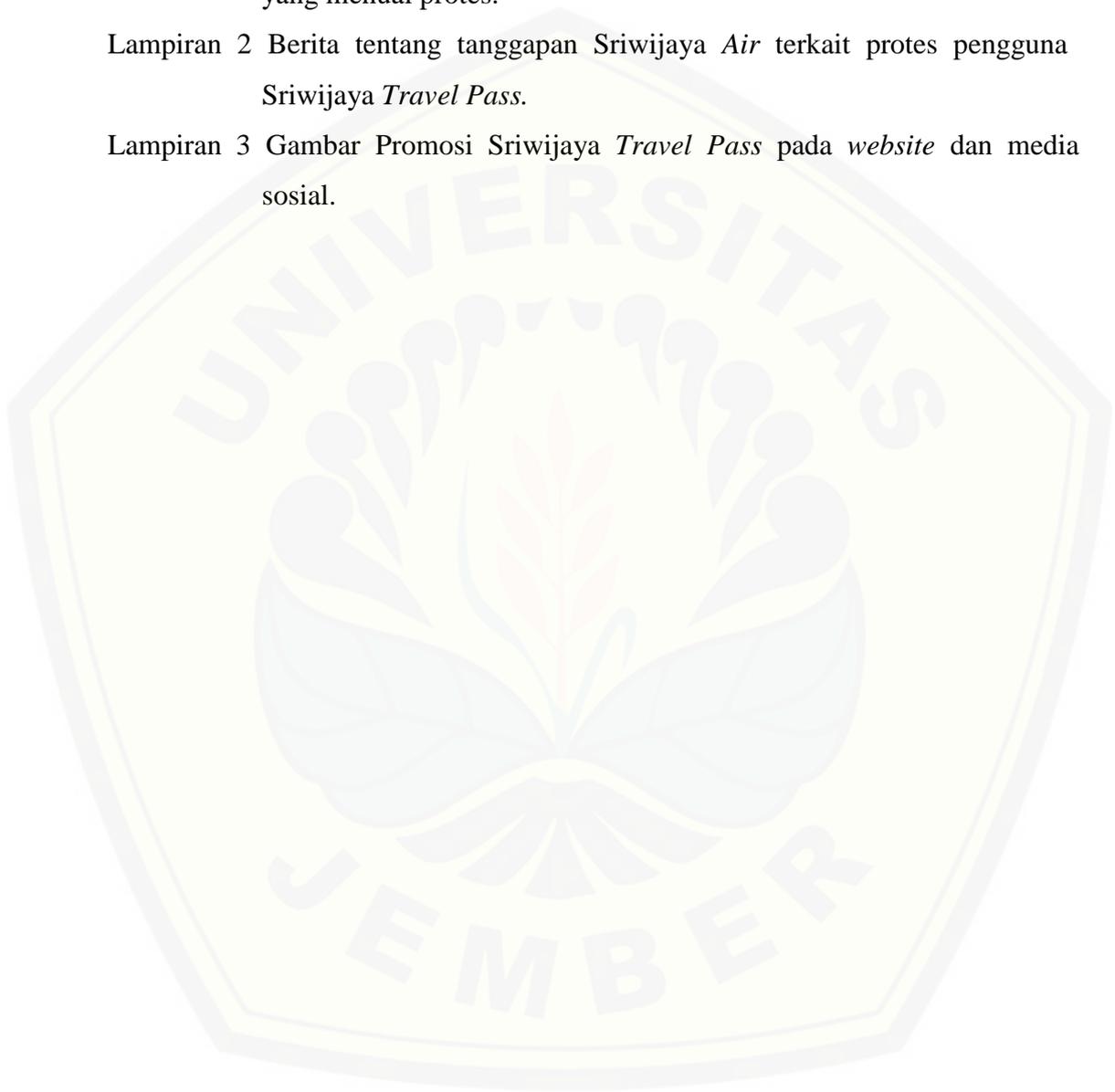


DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita tentang program terbang sepuasnya Sriwijaya *Travel Pass* yang menuai protes.

Lampiran 2 Berita tentang tanggapan Sriwijaya *Air* terkait protes pengguna Sriwijaya *Travel Pass*.

Lampiran 3 Gambar Promosi Sriwijaya *Travel Pass* pada *website* dan media sosial.



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan oleh karenanya untuk menunjang pergerakan antar wilayah, maka Indonesia ditopang oleh beberapa moda transportasi yaitu transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara. Sebagai transportasi yang unggul dalam segi kenyamanan, kecepatan dan efisien waktu. Transportasi udara mulai menjadi pilihan yang banyak diminati oleh masyarakat untuk kepentingan bisnis, kepentingan pariwisata, dan berbagai urusan lainnya. Peranan transportasi udara khususnya penerbangan komersial atau penerbangan umum sangat penting dalam pengembangan ekonomi dan sosial yang ditunjukkan dengan peningkatan jumlah permintaan jasa penerbangan yang diukur dari pertumbuhan penumpang udara.²

Peningkatan jumlah permintaan jasa penerbangan saat ini juga didukung oleh perkembangan teknologi yang menyediakan fasilitas reservasi tiket pesawat melalui media internet berbasis *website* dan aplikasi yang dapat diakses melalui *smartphone*. Dengan begitu pengguna jasa penerbangan lebih mudah untuk memilih dan membandingkan harga tiket pesawat antara satu maskapai dengan maskapai lainnya. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan penerbangan saling bersaing untuk menarik penumpang sebanyak-banyaknya dengan menawarkan tarif atau biaya penerbangan yang lebih murah. Salah satunya adalah Sriwijaya Air yang merupakan perusahaan penerbangan swasta berdiri sejak 10 November 2003.³ Sriwijaya Air kerap menawarkan berbagai promo tiket pesawat kepada seluruh pengguna jasa penerbangan. Pada pertengahan tahun 2018 Sriwijaya Air membentuk suatu program bernama Sriwijaya *Travel Pass*. Sriwijaya Air mengiklankan atau mempromosikan program Sriwijaya *Travel Pass* melalui *website* dan media sosial yang dikelola oleh pihak Sriwijaya Air tanpa

² Tri Sefrus, 2017, *Analisa Awal Permasalahan Transportasi Udara dan Arah Pengembangan di Bandara Indonesia*, Jurnal Transportasi Vol.17 No.3, hlm. 177.

³ Ahda Bayhaqi, 2013, *Profil Sriwijaya Air*, diakses dari <https://m.merdeka.com/sriwijaya-air/profil/>, pada tanggal 25 Februari 2019 pukul 22.25.

melibatkan pihak ke tiga atau perusahaan periklanan. Promo ini sangat menarik perhatian para pengguna jasa penerbangan karena dalam program Sriwijaya *Travel Pass* menawarkan fasilitas terbang sepuasnya selama setahun dengan biaya 12 juta rupiah. Program Sriwijaya *Travel Pass* dapat dinikmati oleh penggunaan jasa penerbangan setelah terdaftar menjadi anggota.⁴

Sriwijaya *Travel Pass* merupakan sebuah program yang membuka keanggotaan kepada seluruh pengguna jasa penerbangan yang bersifat eksklusif atau terbatas.⁵ Pada promosinya Sriwijaya *Air* menyatakan bahwa anggota Sriwijaya *Travel Pass* dapat menikmati penerbangan sepuasnya selama setahun penuh hanya dengan membayar 12 juta rupiah sehingga anggota dapat terbang setiap hari ke kota manapun di Indonesia dengan menggunakan maskapai penerbangan Sriwijaya *Air* dan NAM *Air*.⁶ Namun, faktanya setelah beberapa bulan menggunakan program Sriwijaya *Travel Pass* banyak anggota yang mengeluh kesulitan mendapatkan tiket penerbangan dari Sriwijaya *Air* karena tiket selalu habis atau *sold out*. Beberapa rute bahkan dinyatakan *sold out* hingga beberapa bulan ke depan. Anehnya apabila anggota mencoba memesan tiket atas nama non *member* dengan harga tiket normal untuk jadwal dan rute penerbangan yang sama ternyata tiket masih tersedia bahkan dengan pilihan rute dan jadwal penerbangan yang beragam.⁷ Sulitnya anggota untuk mendapatkan tiket penerbangan telah menimbulkan kerugian bagi anggota karena anggota akhirnya tidak bisa menikmati fasilitas yang ditawarkan pada program Sriwijaya *Travel Pass* yaitu penerbangan sepuasnya selama setahun. Pihak Sriwijaya *Air* selaku pelaku usaha belum mengambil tindakan untuk bertanggung jawab atas sulitnya

⁴ Septyan Bayu Anggara, 2018, *Promo Membership Sriwijaya Air Unlimited Flight Selama Setahun*, diakses dari <https://www.hipwee.com/travel/modal-12-juta-rupiah-bisa-terbang-sepuasnya-selama-setahun-dengan-sriwijaya-air-begini-caranya/>, pada tanggal 25 Februari 2019 pukul 22.03.

⁵ Haris Setia Bangsawan, 2019, *Sriwijaya Travel Pass Kini*, diakses dari <https://kumparan.com/haris-setia-bangsawan/sriwijaya-travel-pass-kini-1546926714984994630>, pada tanggal 26 Februari 2019 pukul 11.36.

⁶ Admin, 2018, *Terbang Sepuasnya Setahun Penuh*, diakses dari <https://member.sriwijayaair.co.id/user/RegisBenefit> pada tanggal 26 Februari 2019 pukul 12.03.

⁷ Arif Hulwan, 2019, *Program Terbang Sepuasnya Sriwijaya Travel Pass Menuai Protes*, diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190109125914-92-359531/program-terbang-sepuasnya-sriwijaya-travel-pass-menuai-protes> Pada tanggal 26 Februari 2019 pukul 16.18.

pemesanan tiket menggunakan program Sriwijaya *Travel Pass* oleh anggota. Selama masa promosi Sriwijaya *Air* tidak menginformasikan secara jelas, lengkap dan transparan terkait penyediaan tiket antara anggota Sriwijaya *Travel Pass* dengan penumpang reguler sehingga berdampak kepada anggota yang kesulitan untuk mendapatkan tiket penerbangan. Tindakan lain yang dilakukan Sriwijaya *Air* yaitu pelayanan yang diberikan secara berbeda antara anggota Sriwijaya *Travel Pass* dengan penumpang reguler terkait penyediaan tiket penerbangan yang lebih mengutamakan penumpang reguler sehingga merugikan anggota Sriwijaya *Travel Pass*.⁸

Berdasarkan tindakan yang telah dilakukan oleh Sriwijaya *Air* selaku pelaku usaha ada dugaan melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat UUPK karena Sriwijaya *Air* tidak melaksanakan kewajibannya secara adil terhadap konsumen maka hal ini tidak sesuai dengan asas-asas dalam perlindungan konsumen yang tertuang pada Pasal 2 UUPK khususnya mengenai asas keadilan yang dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal serta memberi kesempatan untuk pelaku usaha dan konsumen memperoleh hak dan melaksanakan kewajiban secara adil. Kewajiban yang diduga telah diabaikan oleh Sriwijaya *Air* selaku pelaku usaha telah bertentangan dengan ketentuan pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha Selain bertentangan dengan UUPK tindakan yang dilakukan oleh Sriwijaya *Air* diduga turut melanggar ketentuan pada Pasal 118 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan mengenai kewajiban pemegang izin angkutan udara.

Intinya dalam menjalankan usahanya, Sriwijaya *Air* diduga telah melanggar ketentuan yang termuat di dalam UUPK dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan serta Sriwijaya *Air* telah lalai dan tidak menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha sehingga menyebabkan kerugian bagi para konsumen atau anggota Sriwijaya *Travel Pass*. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis tertarik menganalisa dan menulis karya

⁸ *Ibid.*

ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT KEGIATAN PROMOSI SRIWIJAYA TRAVEL PASS.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apa bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*?
2. Apa tanggung jawab dari Sriwijaya Air terhadap konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*?
3. Apa upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian skripsi ini terbagi menjadi 2 (dua), yaitu tujuan umum dan tujuan khusus :

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk memenuhi dan melengkapi tugas akhir sebagai salah satu persyaratan yang telah ditentukan guna meraih gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan di bidang ilmu hukum yang telah diperoleh secara teoritis dari perkuliahan, serta mengembangkan dan membuat analisa yuridis praktis.
3. Untuk memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember sebagai informasi awal untuk kajian selanjutnya.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penulisan skripsi ini :

1. Untuk memahami dan menganalisa bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*.

2. Untuk memahami dan menganalisa tanggung jawab dari Sriwijaya *Travel Pass* terhadap konsumen akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*.
3. Untuk memahami dan menganalisa upaya penyelesaian yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass*.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Tipe Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu proses untuk menemukan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.⁹ Dalam penulisan karya tulis ilmiah ini, jelas penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian hukum yuridis normatif yang artinya penelitian ini difokuskan dan mengacu pada penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif yang ada dalam putusan-putusan pengadilan dan peraturan perundang-undangan serta norma yang berlaku di masyarakat.¹⁰

1.4.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian hukum mempunyai beberapa pendekatan. Dengan pendekatan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya.¹¹ Pendekatan-pendekatan yang digunakan didalam penelitian hukum adalah pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan komparatif (*comparative approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Pendekatan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yaitu :

1. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) adalah suatu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan ini membuka kesempatan bagi peneliti untuk mengetahui kesesuaian suatu kesempatan bagi peneliti untuk mengetahui kesesuaian antara peraturan

⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2016, *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*, cet.12, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, hlm.60.

¹⁰ *Ibid*, hlm.59.

¹¹ *Ibid*, hlm.133.

perundang-undangan yang lain atau dengan regulasi-regulasi yang lain.¹²

2. Pendekatan konseptual (conceptual approach) dilakukan dengan mempelajari dari pandangan-pandangan dan doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum. Maka dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin dalam ilmu hukum, penulis akan menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian-pengertian hukum, asas-asas hukum, dan konsep-konsep hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi.¹³

1.4.3 Bahan Hukum

Bahan hukum adalah bagian yang terpenting dalam suatu penulisan yang digunakan untuk menemukan jawaban atas suatu isu hukum yang sedang dibahas. Bahan hukum yang digunakan dalam skripsi ini yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum.

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang meliputi norma-norma atau kaidah-kaidah yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim.¹⁴

Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan ini yaitu :

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2. Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
4. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan.

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku disuatu negara. Adapun yang termasuk bahan-bahan hukum sekunder meliputi buku-buku teks, jurnal-jurnal hukum dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.¹⁵ Bahan hukum sekunder juga dapat digunakan sebagai petunjuk dari inspirasi bagi penulis.

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid*, hlm.135.

¹⁴ *Ibid*, hlm.181

¹⁵ *Ibid.*

1.4.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan non hukum merupakan salah satu sumber yang dapat digunakan untuk mendukung bahan hukum primer dan sekunder. Bahan non hukum yaitu meliputi buku-buku mengenai politik, ekonomi, sosiologi, filsafat, kebudayaan atau laporan-laporan penelitian non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penelitian.¹⁶

1.4.4 Analisa Bahan Hukum

Cara untuk menarik suatu kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah ada adalah menggunakan metode analisa bahan hukum deduktif, metode ini berguna untuk menarik kesimpulan atau suatu permasalahan secara umum ke masalah yang dihadapi secara khusus. Dalam penelitian hukum analisa bahan hukum digunakan untuk menemukan jawaban terhadap isu hukum yang sedang dihadapi. Menurut Peter Marzuki Ali bahwa dalam melakukan suatu penelitian hukum, digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminasi hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum dan;
5. Memberikan perskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.¹⁷

Langkah-langkah diatas sesuai dengan karakter ilmu hukum sebagai ilmu yang bersifat preskriptif dan terapan. Dimana melalui langkah-langkah tersebut penulis dapat menjawab isu hukum yang diangkat. Sehingga dapat memecahkan permasalahan yang menjadi pokok bahasan dalam karya tulis ilmiah ini.

¹⁶ *Ibid*, hlm.196.

¹⁷ *Ibid*, hlm.213.

BAB 2 TINJAUAM PUSTAKA

2.1 Perlindungan Hukum

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Istilah hukum dalam Bahasa Inggris dapat disebut *law* atau *legal* dan istilah perlindungan hukum dalam Bahasa Inggris adalah *legal protection*. Perlindungan hukum di Indonesia dilandasi oleh Undang-Undang Dasar 1945 yang diuraikan pada pembukaan UUD 1945 alinea keempat yaitu “Kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap Bangsa Indonesia”. Serta dilandasi oleh Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 yang menguraikan bahwa “tiap warga negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Artinya landasan hukum yang terurai dalam Undang-Undang Dasar 1945 bertujuan agar warga negara Indonesia memperoleh haknya atas penghidupan yang layak serta perlindungan oleh pemerintah dalam konteks ini berupa perlindungan hukum. Selain itu aturan mengenai perlindungan hukum tertuang dalam ketentuan Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 23 tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam rumah Tangga, bahwa perlindungan hukum adalah segala upaya yang ditujukan untuk memberikan rasa aman kepada korban yang dilakukan oleh pihak keluarga, advokat, lembaga sosial, kepolisian, kejaksaan, pengadilan atau pihak lainnya baik sementara maupun berdasarkan penetapan pengadilan.

Menurut Satjipto Raharjo, hukum hadir dalam suatu masyarakat bertujuan untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan kepentingan-kepentingan yang dapat bertubrukan satu sama lain. Untuk melakukan pengkoordinasian kepentingan-kepentingan tersebut maka dilakukan dengan cara membatasi dan melindungi kepentingan-kepentingan tersebut.¹⁸ Hukum melindungi kepentingan seseorang dengan cara pemberian kekuasaan dalam bertindak untuk memenuhi kepentingannya. Pemberian kekuasaan ini sering disebut dengan hak yang dilakukan secara terukur. Dengan kata lain perlindungan hukum adalah perlindungan dengan menggunakan sarana hukum atau perlindungan yang

¹⁸ Satjipto Raharjo, 2000, *Ilmu Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm.53.

diberikan oleh hukum ditujukan kepada perlindungan terhadap kepentingan-kepentingan tertentu yaitu dengan menjadikan kepentingan yang dilindungi tersebut dalam sebuah hak hukum.¹⁹

Adapun pengertian mengenai perlindungan hukum menurut beberapa ahli sebagai berikut :

1. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.²⁰
2. Menurut Satjipto Raharjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu hak asasi manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.²¹

Di Indonesia perlindungan hukum telah diatur dan dilandasi dalam Undang-Undang Dasar 1945, oleh karenanya setiap produk hukum yang dihasilkan oleh badan legislatif harus mampu memberikan jaminan perlindungan hukum bagi seluruh rakyat serta mampu memenuhi aspirasi-aspirasi hukum dan keadilan yang berkembang dalam masyarakat. Disamping itu pemerintah sebagai penyelenggara negara berkewajiban untuk selalu menjamin perlindungan warga negaranya.

2.12 Bentuk-bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum erat kaitannya dengan aspek keadilan. Karena perlindungan hukum sebagai salah satu media untuk menegakkan keadilan itu sendiri. Menurut R. La Porta di dalam *Jurnal of Financial Economics* menyatakan bahwa bentuk perlindungan hukum yang diberikan suatu negara mempunyai dua karakter yaitu pencegahan (*prohibited*) dan hukuman (*sanction*).²² Sedangkan

¹⁹ Hatjono, 2008, *Konstitusi sebagai Rumah Bangsa*, Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi, hlm.357.

²⁰ Setiono, 2014, *"Rule of Law"*, Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, hlm.3.

²¹ Satjipto Raharjo, 2003, *Sisi-sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, Jakarta : Kompas, hlm.121.

²² Rafael La Porta, 1999, *Investor Protection and Corrrate Governenance*, *Journal of Financial Economics*, No.58, hlm.9.

menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum dibagi menjadi dua bentuk sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum preventif adalah tindakan sebagai upaya untuk mencegah agar tidak terjadi pelanggaran terhadap suatu hukum. Perlindungan hukum preventif meliputi setiap anggota masyarakat berhak menuntut pemenuhan hak sebagai upaya untuk mewujudkan keadilan.
2. Perlindungan hukum represif adalah tindakan yang dilakukan sebagai upaya untuk menanggulangi terjadinya pelanggaran. Perlindungan hukum represif mempunyai fungsi untuk menyelesaikan terjadinya suatu sengketa dalam arti luas.²³

Hakikatnya setiap orang berhak mendapatkan perlindungan dari hukum. Dalam berbagai hubungan hukum harus ada perlindungan hukum, tidak terkecuali hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, yang perlingkungannya diatur dalam UUPK.

2.2 Perlindungan Konsumen

2.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen merupakan istilah yang menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen.²⁴ Dalam ketentuan Pasal 1 angka 1 UUPK dijelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Namun, yang dimaksud UUPK untuk melindungi konsumen bukan bertujuan untuk mematikan usaha dari pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen yang dimaksud adalah untuk mendorong iklim berusaha yang sehat, serta melahirkan pelaku usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan dengan menyediakan barang dan/atau jasa yang berkualitas.²⁵ Sedangkan Menurut A.Z Nasution perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi

²³ Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, hlm.3.

²⁴ Rifan Adi Nugraha, 2014, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online*, Serambi Hukum, Vol.8, No.2, hlm.3.

²⁵ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, hlm.17.

konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa).²⁶

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen atas barang dan jasa yang diawali mulai tahap kegiatan dalam mendapatkan barang dan jasa sampai akibat dalam pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.²⁷ Dalam hal ini cakupan tahap awal hingga pemakaian barang dan/atau jasa tersebut telah diatur dalam ketentuan UUPK.

2.2.2 Asas-asas Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 2 UUPK telah diuraikan mengenai asas-asas yang menjadi landasan dalam penegakan hukum perlindungan konsumen, dimana asas-asas tersebut juga harus menjadi dasar bagi peraturan pelaksana terkait perlindungan konsumen sehingga perlindungan konsumen dapat terselenggara sesuai dengan yang diharapkan. Adapun 5 (lima) asas perlindungan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Asas manfaat yang dimaksudkan untuk memberi amanat bahwa segala upaya dalam proses penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat baik untuk konsumen maupun pelaku usaha.
2. Asas keadilan yang dimaksudkan agar seluruh masyarakat dapat berpartisipasi secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen serta pelaku usaha untuk melaksanakan hak dan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan agar dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dapat memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam menggunakan, dan memanfaatkan barang dan/atau jasa.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha dan konsumen dapat mematuhi hukum dan memperoleh keadilan dalam terselenggaranya perlindungan konsumen serta pemerintah yang memberi kepastian hukum.²⁸

²⁶ A.Z Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta : Diadit Media, hlm.22.

²⁷ Rifan Adi Nugraha, *Op.cit.*hlm.4.

²⁸ M.Sadar dkk, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta : Akademia, hlm.19.

Friedman menyebutkan bahwa dalam suatu perlindungan konsumen, asas yang menjadi sorotan utama adalah masalah keadilan. Asas keadilan dengan sendirinya ditempatkan menjadi rujukan atau acuan pertama baik dalam pengauran perUndang-Undangan maupun dalam berbagai aktivitas yang memiliki hubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat.²⁹ Namun pada dasarnya seluruh asas-asas dalam penegakan hukum perlindungan konsumen diatas dapat digunakan sebagai landasan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen agar segala hak dan kepentingan pihak yang terkait yaitu konsumen dan pelaku usaha dapat dilindungi dengan benar dan adil serta pemerintah sebagai penyelenggara harus memberikan kepastian hukum kepada tiap pihak.

2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen memiliki beberapa tujuan dalam penyelenggaranya yang telah diuraikan dalam ketentuan Pasal 3 UUPK sebagai berikut :

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

Untuk mewujudkan seluruh tujuan perlindungan konsumen, maka negara bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen

²⁹ Peter Mahmud Marzuki, 1997, *The Need for the Indonesian Economic Legal Framework*, Jurnal Hukum Ekonomi., Vol.4, hlm.28.

itu sendiri. Tujuan penyelenggaraan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan yaitu untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong pelaku usaha untuk bertanggungjawab dalam melakukan kegiatan usahanya.³⁰ Selain tujuan perlindungan konsumen yang terurai dalam Pasal 3 UUPK pada dasarnya tujuan utama penyelenggaraan perlindungan konsumen adalah agar konsumen dan pelaku usaha memiliki kedudukan yang seimbang, dimana selama ini dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atas barang dan/atau jasa konsumen kerap dirugikan oleh pelaku usaha yang mencari keuntungan dengan cara tidak benar. Oleh karenanya dalam mencapai tujuan perlindungan konsumen perlu adanya kesadaran baik dari pihak konsumen maupun pelaku usaha.

2.3 Konsumen dan Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Pengertian Konsumen dalam arti umum yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan /atau jasa untuk tujuan tertentu.³¹ Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) yang secara harfiah kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang. Pengertian konsumen juga diuraikan di dalam Pasal 1 angka 2 UUPK yaitu 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 untuk diperdagangkan. Berdasarkan pengertian diatas, subyek yang disebut sebagai konsumen merupakan setiap orang yang berstatus pemakai barang dan jasa. Menurut AZ.Nasution orang atau konsumen yang dimaksud sebagai subyek adalah orang alami bukan badan hukum, karena yang memakai, menggunakan atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan hanyalah orang alami atau manusia.³²

³⁰ Abdul Halim Barkatullah, 2010, *Hak-hak Konsumen*, cet.I, Bandung: Nusa Media, hlm.27.

³¹ *Ibid*, hlm.30.

³² AZ.Nasution, 2002, *Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan Singkat UU No.8 Tahun 199-LN-1999*, Jurnal Pusdiklat Mahkamah Agung, Malang, hlm.5.

Konsumen sangat erat kaitannya dengan pelaku usaha. Istilah pelaku usaha berasal dari bahasa Belanda yaitu *producent* yang artinya adalah penghasil.³³ Menurut Pasal 1 angka 3 UUPK, pelaku usaha adalah setiap 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), bahwa pelaku usaha dibedakan atas tiga kelompok yang terdiri dari :

1. Kalangan investor yaitu pelaku usaha yang menyediakan dana untuk membiayai berbagai kepentingan. Misalnya usaha leasing dan perbankan
2. Produsen yaitu pelaku usaha yang memproduksi barang dan/atau jasa, yang baik berkaitan dengan produksi pangan, sandang atau jasa.
3. Distributor yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan barang dan/jasa kepada masyarakat. Misalnya supermarket dan pedagang kaki lima.³⁴

2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Hak merupakan sesuatu hal yang harus kita dapatkan sedangkan kewajiban merupakan sesuatu yang harus kita kerjakan. Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan yang selalu berkaitan karena kedua pihak yang saling membutuhkan. Dalam hal ini suatu produksi tidak akan mempunyai arti apabila tidak ada pihak yang mengkonsumsi atau menggunakan serta untuk produk yang dikonsumsi secara aman dan layak, pada dasarnya akan menjadi promosi gratis bagi pelaku usaha sendiri. Mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy pernah menyatakan pendapatnya mengenai hak-hak dasar konsumen yang diformulasikan sebagai berikut :

1. Hak konsumen akan keamanan dan kesehatan (*The right of safety*).

³³ N.H.T Siahaan, 2005, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Tanggungjawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, hlm.28.

³⁴ Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung : Citra Aditya.hlm.71.

2. Hak konsumen atas informasi yang jujur (*The right to be informed*).
3. Hak konsumen dalam memilih (*The right to choice*).
4. Hak konsumen untuk didengar (*The right to be heard*).³⁵

Hak-hak konsumen juga telah diuraikan di dalam Pasal 4 UUPK sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan 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, dan upaya sengketa penyelesaian perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain mengatur mengenai hak-hak konsumen, Dalam ketentuan Pasal 5 UUPK juga mengatur ketentuan mengenai kewajiban konsumen yang diuraikan sebagai berikut :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

³⁵ Dedi Harianto, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan yang Menyesatkan*, Bogor : Ghalia Indonesia, hlm.11.

Berdasarkan ketentuan Pasal 6 UUPK telah memberikan kepastian hukum dan kejelasan hak dan kewajiban para pihak termasuk pelaku usaha. Hal ini digunakan untuk menyeimbangkan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, yang telah uraikan sedemikian rupa sebagai berikut :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengkata konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha diuraikan dalam ketentuan Pasal 7 UUPK sebagai berikut :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Salah satu kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam UUPK yaitu mengenai pelaku usaha yang harus beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, dalam hal ini juga merupakan salah satu asas yang dikenal dalam

hukum perjanjian. Ketentuan itikad baik diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPdata.³⁶ Dalam UUPK itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha dalam beritikad baik dimulai sejak barang diproduksi hingga sampai pada tahap penjualan. Namun sebaliknya kewajiban itikad baik untuk konsumen hanya dilakukan pada saat transaksi pembelian barang dan/atau jasa.³⁷ Pada dasarnya itikad baik harus dilakukan baik oleh pihak pelaku usaha maupun konsumen sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan yang dapat merugikan salah satu pihak. Dengan menerapkan itikad baik maka penyelenggaraan perlindungan konsumen dapat dilaksanakan secara benar dan adil.

2.3.3 Larangan Bagi Pelaku Usaha

Larangan bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 hingga Pasal 17 UUPK dimana dalam Pasal tersebut tidak hanya mengatur ketentuan mengenai hak dan kewajiban konsumen dengan pelaku usaha, tetapi juga mengatur ketentuan perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha. Namun, ketentuan pasal 8 merupakan satu-satunya ketentuan umum yang berlaku secara *general* bagi kegiatan usaha dari pelaku usaha.³⁸ Beberapa larangan tersebut meliputi :

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

³⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Op.cit*, hlm.41.

³⁷ *Ibid*, hlm.42.

³⁸ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Op.Cit*, hlm..37.

- f. Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.
 - (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Berdasarkan uraian larangan bagi pelaku usaha yang dimuat dalam UUPK, secara praktis konsumen memang berada dalam posisi yang kurang diuntungkan dibanding dengan pelaku usaha karena konsumen dalam hal untuk memanfaatkan barang dan/atau jasa yang tersedia bergantung pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.³⁹ Sehingga Undang-Undang perlu mengatur secara tegas mengenai hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/jasanya pada konsumen.

2.4 Kerugian

2.4.1 Pengertian Kerugian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian kerugian yaitu keadaan dimana seseorang tidak mendapatkan keuntungan dari apa yang telah ia

³⁹ Abdul Halim Barkatullah, *Op.Cit*, hlm.45.

keluarkan.⁴⁰ Sedangkan menurut Mr. J. H Nieuwenhuis sebagaimana yang telah diterjemahkan oleh Djasadin Saragih bahwa kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan satu pihak yang disebabkan pihak lain melakukan perbuatan yang melanggar norma. Dalam hal ini pelanggaran norma yang dimaksud yaitu berupa wanprestasi dan perbuatan melawan hukum.⁴¹ Berdasarkan ketentuan Pasal 1246 KUHPerdata ganti kerugian terdiri dari 3 unsur yaitu :

1. Biaya adalah biaya atau ongkos yang secara nyata telah dikeluarkan oleh pihak yang dirugikan. Misalnya berupa biaya iklan dan biaya materai.
2. Rugi adalah kerugian akibat kerusakan/kehilangan barang dan/atau jasa harta kepunyaan dari salah satu pihak yang diakibatkan kelalaian dari pihak lainnya. Dalam hal ini rugi yang dimaksud adalah kerugian yang benar-benar diderita. Misalnya ambruknya suatu bangunan karena kesalahan kontruksi yang disebabkan salah satu pihak.
3. Bunga adalah keuntungan yang seharusnya diperoleh oleh salah satu pihak apabila pihak lain tidak lalai dalam melaksanakannya.⁴²

Kerugian yang kerap diderita oleh masyarakat pada dasarnya terjadi karena suatu wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum. Dalam hal ini kerugian akibat wanprestasi maka pihak yang menyebabkan kerugian wajib untuk mengganti dengan jumlah ganti rugi sebesar wajar disesuaikan dengan besarnya nilai prestasi yang menjadi objek perjanjian sedangkan untuk ganti rugi yang diakibatkan perbuatan melawan hukum maka pihak yang menyebabkan kerugian harus mengganti kerugian yang dialami penderita yang dikembalikan pada keadaan sebelum terjadi perbuatan melawan hukum.

2.4.2 Macam-macam Kerugian

Dalam hukum ada 2 (dua) klasifikasi kerugian sebagai berikut :

1. Kerugian materiil adalah suatu kerugian yang nyata-nyata ada dan diderita oleh pemohon.

⁴⁰ Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, hlm.1225.

⁴¹ Mr. J.H Nieuwenhuis, terjemahan Djasadin Saragih, 1985, *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Surabaya : Universitas Airlangga Press, hlm.54.

⁴² Bimo Prasetio, 2011, *Dimana Pengaturan Kerugian Konsekuensial dalam Hukum Indonesia*, Diakses dari, <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4da27259c45b9/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia>, Pada tanggal 3 Maret 2019 Pukul 15.43.

2. Kerugian Immateriil adalah kerugian atas manfaat yang mungkin akan diterima oleh pemohon dikemudian hari atau berupa kerugian dari hilangnya keuntungan yang mungkin diterima oleh pemohon dikemudian hari.⁴³

Namun dalam pengertian bahwa kerugian yang disebabkan oleh perbuatan melawan hukum dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Kerugian materiil yaitu berupa kerugian materiil yang dapat terdiri dari kerugian yang nyata-nyata diderita dan keuntungan yang seharusnya didapatkan.
2. Kerugian idiil yaitu kerugian yang bersifat idiil seperti sakit, ketakutan dan kehilangan kesenangan hidup.⁴⁴

Jenis kerugian yang diderita oleh seseorang bergantung pada penyebab dari kerugian itu sendiri. Kerugian tidak hanya berupa kerugian yang nyata diderita, namun dapat berupa kerugian atas keuntungan yang seharusnya dapat diperoleh. Selain itu kerugian yang disebabkan oleh perbuatan melawan hukum dapat berupa kerugian yang bersifat idiil yaitu berupa rasa sakit atau ketakutan. Dengan adanya jenis kerugian yang bermacam-macam dapat memudahkan seseorang untuk menuntut ganti rugi terhadap pihak lain yang telah melakukan wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum yang dapat dibuktikan bahwa benar adanya kerugian yang ditimbulkan.

2.5 Kegiatan Promosi

2.5.1 Pengertian Kegiatan Promosi

Kegiatan Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berbentuk aktivitas berupa penyebaran informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.⁴⁵ Pengertian promosi juga termuat dalam Pasal 1 angka 6 UUPK bahwa promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Syahrul Sajidin, 2012, *Apakah Yang Dimaksud Perbuatan Melawan Hukum*, Diakses dari, <http://www.wearemania.net/aremania-voice/2067-apakah-yang-dimaksud-perbuatan-melawan-hukum>, Pada tanggal 3 Maret 2019 Pukul 19.49

⁴⁵ Ratih Hurriyati, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV.Alfabet, hlm.58.

barang dan/atau untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Sedangkan promosi menurut Subagyo adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran dengan tujuan memberi informasi tentang kegunaan dan keberadaannya serta untuk mengubah sikap konsumen agar membeli produk.⁴⁶ Promosi merupakan strategi pemasaran perusahaan yang digunakan untuk membangun dan meningkatkan penjualan dalam jangka pendek serta membangun cadangan modal.

2.5.2 Tujuan Kegiatan Promosi

Tujuan kegiatan promosi secara sederhana adalah untuk memberikan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan kepada konsumen tentang perusahaan serta produk yang ditawarkannya. Menurut Subagyo tujuan promosi diuraikan kedalam tiga poin sebagai berikut :

1. Menginformasikan
Berupa kegiatan untuk memberi informasi atas berbagai hal yang berkaitan antara perusahaan dengan konsumen yang berupa :
 - a. Menginformasikan tentang pasar dari produk baru.
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari produk.
 - c. Menjelaskan tentang cara kerja produk.
 - d. Memberikan informasi mengenai jasa-jasa yang sedang disediakan.
 - e. Menyampaikan perubahan harga.
 - f. Membangun citra dari perusahaan.
 - g. Mengurangi ketakutan dari pembeli mengenai produk.
2. Mempengaruhi dan membujuk konsumen sasaran
Tujuan dari mempengaruhi dan membujuk konsumen sasaran yaitu:
 - a. Mengubah persepsi konsumen mengenai keunikan produk.
 - b. Mendorong konsumen untuk membeli saat itu juga.
 - c. Membentuk pilihan merek.
3. Mengingat kembali konsumen sasaran
Suatu kegiatan promosi yang bersifat mengingatkan terdiri dari:
 - a. Mengingat konsumen akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.

⁴⁶ Wan Suryani, 2016, *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sparepart* pada PT.Akasara Motor Medan, Jurnal Ilmiah "Intergritas", Vol.2.No.2, hlm.4.

- b. Membuat konsumen tetap ingat, walaupun bukan masa kegiatan kampanye iklan.
- c. Mengingatkan bahwa produk yang bersangkutan akan dibutuhkan konsumen dalam waktu dekat.
- d. Menjaga ingatan konsumen agar tetap jatuh pada produk perusahaan.⁴⁷

Kegiatan promosi dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya agar konsumen maupun calon konsumen dapat mengenal produk dari perusahaan serta memahami produk yang ditawarkan sehingga konsumen mengubah sikapnya untuk menyukai produk tersebut dan pada akhirnya membeli produk. Selain itu promosi yang dilakukan secara berkelanjutan bertujuan agar konsumen selalu mengingat produk dan akan tetap membeli produk yang sama dalam kurun waktu tertentu.

2.5.2 Cara Kegiatan Promosi

Seiring perkembangan zaman strategi pemasaran perusahaan semakin beragam, hal ini diaplikasikan dalam berbagai cara promosi produk yang secara garis besar dibedakan dalam tabel sebagai berikut :

Cara Promosi	<i>Pesonal Selling</i>	<i>Adversiting</i>	<i>Sales Promotion</i>	<i>Publication</i>	<i>Public relation</i>
Definisi	Cara promosi yang dilakukan dengan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan. ⁴⁸	Semua bentuk presentasi yang bersifat non pribadi dari promosi suatu ide barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. ⁴⁹	Kegiatan menawarkan produk yang dipasarkan sehingga memudahkan konsumen untuk melihat produk tersebut serta menarik perhatian konsumen akan produk	Alat promosi yang dapat membentuk opini masyarakat secara cepat, sehingga dapat disebut sebagai usaha untuk mensosialisasikan suatu produk pada masyarakat.	Suatu upaya komunikasi secara menyeluruh dari suatu perusahaan dengan tujuan untuk mempengaruhi opini, persepsi, dan keyakinan masyarakat terhadap perusahaan

⁴⁷ *Ibid.* hlm.5.

⁴⁸ Ratih Hurriyati, *Op.cit.* hlm.59.

⁴⁹ Annisa Nurul Fildzah, 2018, *Analisis Strategi Promosi pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Café and Gallery)*, Jurnal komunikasi, Vol.12, No.2, hlm.103.

			yang ditawarkan. ⁵⁰		tersebut. ⁵¹
Kelebihan	Lebih fleksibel karena dengan komunikasi langsung penjual akan mengetahui keinginan pelanggan sehingga penjual dapat melakukan penyesuaian. ⁵²	Jangkauan yang lebih luas, sehingga lebih menarik minat banyak konsumen.	Produsen lebih menyesuaikan variasi dengan permintaan konsumen dan mendorong konsumen mencoba produk baru.	Menjangkau konsumen yang tidak tertarik pada iklan.	Meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat.
Kelemahan	Membutuhkan biaya yang lebih besar apabila cakupan target wilayah lebih luas maka perusahaan harus merekrut tenaga penjual yang lebih banyak dan tetap berkualitas.	Biaya yang relative besar.	Mempunyai peluang lebih besar konsumen akan berpindah produk.	Perusahaan tidak bisa mengontrol media.	Sulit untuk mengontrol media yang terlibat.

Berbagai cara promosi menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk telah mengalami perkembangan. Persaingan usaha yang semakin ketat merupakan salah satu faktor yang mendorong strategi pemasaran lebih berkembang sehingga menciptakan beragamnya cara promosi. Tiap cara promosi mempunyai kelebihan dan kelemahan, oleh karena perusahaan harus memilih cara promosi yang tepat

⁵⁰ Ramsiah Tasrudin, *Op.cit*, hlm.110.

⁵¹ Ratih Hurriyati, *Op.cit*, hlm.103.

⁵² Ramsiah Tasruddin, 2015, *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif*, Jurnal Al-Khitana, Vol.2, No.1, hlm.111.

dan efektif serta disesuaikan dengan target konsumen yang akan menjadi sasaran pemasaran. Pada hakikatnya cara kegiatan promosi diterapkan tidak hanya untuk membujuk atau mempengaruhi konsumen agar tertarik pada produk namun, cara promosi harus dapat memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai produk yang ditawarkan sehingga konsumen tidak merasa tertipu dan dirugikan atas promosi tersebut.

2.6 Sriwijaya *Travel Pass*

2.6.1 Pengertian Sriwijaya *Travel Pass*

Sriwijaya *Travel Pass* dari Sriwijaya Air adalah program yang membuka layanan terbang sepuasnya ke seluruh rute penerbangan domestik di Indonesia dalam kurun waktu satu tahun dengan membayar biaya sebesar 12 juta rupiah. Program Sriwijaya *Travel Pass* merupakan program yang bersifat *eksklusif* sehingga masa pendaftaran anggota untuk program ini dibatasi mulai 9 April 2018 hingga 9 Juni 2018. Dalam promo Sriwijaya *Travel Pass*, pihak Sriwijaya Air menawarkan bahwa konsumen yang telah melakukan pembayaran dan terdaftar sebagai anggota otomatis akan memperoleh fasilitas terbang sepuasnya selama setahun penuh termasuk pada tanggal merah tanpa *blackout date*.⁵³

Keuntungan lain yang ditawarkan program Sriwijaya *Travel Pass* yaitu bahwa Sriwijaya Air tidak akan membatasi jumlah penerbangan domestik yang akan diambil oleh anggota dalam program ini selama seat masih tersedia, sehingga anggota diberi kebebasan untuk melakukan penerbangan kapanpun bahkan setiap hari. Program promosi Sriwijaya *Travel Pass* ini berlaku untuk seluruh rute penerbangan yang dilalui Sriwijaya Air dan NAM Air kecuali rute penerbangan *charter* dan *extra flight*.⁵⁴

Sriwijaya Air memperkenalkan promo Sriwijaya *Travel Pass* kepada publik melalui *website* dan media sosial yang dilakukan pada pertengahan tahun 2018. Promo ini telah menarik perhatian konsumen khususnya pengguna jasa

⁵³ Wike Sulistiarmi, 2018, *Inilah Fasilitas Sriwijaya Air Travel Pass Layanan Bayar Rp 12 Juta Terbang Setahun*, Diakses dari <https://phinemo.com/fasilitas-sriwijaya-air-travel-pass/> Pada tanggal 5 Maret 2019 Pukul 13.40.

⁵⁴ Admin, 2018, *Sriwijaya Air Travel Pass (Terbang Gratis Setahun Penuh)*, Diakses dari https://www.jd.id/product/sriwijaya-air-travel-pass-terbang-gratis-setahun-penuh_50371184/500783389.html, Pada tanggal 5 Maret 2019 pukul 14.10.

penerbangan karena harganya yang terjangkau sehingga antusiasme masyarakat terhadap promo ini cukup tinggi.

2.6.2 Syarat dan Cara Daftar Sriwijaya *Travel Pass*

Konsumen yang ingin menikmati fasilitas atau keuntungan dari Sriwijaya *Travel Pass* harus mendaftarkan diri melalui *website* resmi Sriwijaya Air. Program Sriwijaya *Travel Pass* hanya berlaku untuk individu minimal usia 13 tahun. Untuk mendaftar program ini pelanggan harus memiliki kartu kredit yang memiliki limit minimal 12 juta rupiah apabila ingin melakukan pembayaran melalui kartu kredit. Pendaftaran anggota Sriwijaya *Travel Pass* dilakukan dengan cara membuka alamat *website* resmi Sriwijaya Air kemudian mengisi data diri pada halaman yang telah disediakan pada *website* dan dapat melakukan pembayaran melalui kartu kredit atau kartu debit. Jika pembayaran dilakukan melalui kartu kredit maka setelah mengisi identitas calon anggota harus memasukan nomor kartu kredit serta alamat *email* kredit. Setelah melakukan pendaftaran calon anggota akan mendapatkan *email* konfirmasi dari pihak Sriwijaya Air. Apabila calon anggota telah menerima *email* tersebut maka calon anggota Sriwijaya *Travel Pass* telah berhasil melakukan pendaftaran.⁵⁵

Program Sriwijaya *Travel Pass* hanya dapat digunakan oleh pemegang identitas KTP atau Passport yang telah terdaftar. Konsumen yang terdaftar dalam program ini hanya dapat melakukan pembelian tiket melalui *website* resmi Sriwijaya Air (www.sriwijayaair.co.id) maupun melalui *mobile apps* Sriwijaya Air. Tiket yang dibeli menggunakan promo Sriwijaya *Travel Pass* tidak dapat dipindahtangankan dan hanya dapat digunakan oleh anggota Sriwijaya *Travel Pass* yang terdaftar.⁵⁶ Anggota Sriwijaya *Travel Pass* yang telah terdaftar dan membayar biaya 12 juta rupiah, selanjutnya dapat menikmati penerbangan sepuasnya hanya dengan membayar *airport tax*, PPN, asuransi dan administrasi pada saat melakukan pembelian tiket.⁵⁷ Keuntungan yang akan diperoleh

⁵⁵ Emye, 2018, *Mau Daftar Kartu Sriwijaya Travel Pass Ini Cara dan Petunjuknya*, Diakses dari <https://backpackerjakarta.com/mau-daftar-kartu-sriwijaya-traveller-pas-ini-caranya-petunjuknya/> pada tanggal 5 Maret 14.50.

⁵⁶ Admin, *Op.cit.*

⁵⁷ Wike Sulistiami, *Op.cit.*

penumpang yang terdaftar *Sriwijaya Travel Pass* hanya dapat dinikmati selama masa promo *Sriwijaya Travel Pass* yaitu selama setahun atau 365 hari, karena promo *Sriwijaya Travel Pass* merupakan promo yang bersifat jangka pendek.



BAB 4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah dikemukakan yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam tindakan preventif terhadap kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass* yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK yang memberikan hak-hak pada konsumen sebagai wujud perlindungan konsumen, Pasal 7 UUPK yang mengatur mengenai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku usaha, Pasal 8 UUPK mengatur terkait larangan-larangan pada pelaku usaha agar tidak bertindak sewenang-wenang pada konsumen, Pasal 9 dan 10 UUPK mengatur larangan-larangan bagi pelaku usaha dalam melakukan penawaran, promosi atau iklan secara tidak benar, serta Pasal 118 Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan mengatur kewajiban yang harus ditaati oleh pemegang izin angkutan udara. Selanjutnya bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam tindakan represif diatur dalam Pasal 23 UUPK yang memuat perlindungan terhadap konsumen yang akan dapat mengajukan gugatan sebagai upaya penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan melalui pengadilan maupun diluar pengadilan, Pasal 60 dan 62 UUPK berupa pemberian sanksi administratif dan pidana pada pelaku usaha tersebut.
- 2) Tanggung jawab dari Sriwijaya *Air* terhadap konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass* yaitu berupa tanggung jawab produk (*product liability*), dimana Sriwijaya *Air* memiliki tanggung jawab untuk memberi jaminan atas hak-hak konsumen khususnya terhadap hak atas kenyamanan,

hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, hak atas pelayanan yang benar dan tidak diskriminatif serta hak untuk mendapatkan ganti rugi. Berkaitan dengan pemberian ganti rugi Sriwijaya Air memiliki kewajiban memberikan kompensasi atau ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang pendaftaran anggota Sriwijaya *Travel Pass* sebesar 12 juta rupiah atau penggantian jasa yang setara dengan program Sriwijaya *Travel Pass*.

- 3) Berdasarkan Pasal 45 UUPK, upaya yang dapat ditempuh oleh konsumen yang dirugikan akibat kegiatan promosi Sriwijaya *Travel Pass* dapat dilakukan melalui upaya penyelesaian sengketa secara damai dalam mencapai kesepakatan dari kedua pihak, upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan (litigasi) dan upaya penyelesaian sengketa melalui non litigasi atau diluar pengadilan yang dapat dilakukan melalui BPSK. Dalam pelaksanaannya berpedoman pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Keo/12/2001 tentang pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

4.2 Saran

Berdasarkan pada permasalahan dan kesimpulan yang telah dikemukakan oleh penulis, maka penulis dapat memberikan saran baik pada pelaku usaha maupun konsumen yaitu :

- 1) Pemerintah seharusnya membuat regulasi khusus terkait promosi/iklan yang beredar di masyarakat khususnya promosi/iklan yang tersebar melalui media digital yang saat ini lebih sering diakses oleh masyarakat. Sehingga promosi/iklan yang ada pada media digital lebih terarah dalam pencantuman informasi produk. wajib untuk memberi informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi produk yang sebenarnya.
- 2) Pelaku usaha dalam mempromosikan diperdagangkannya wajib untuk memberi informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi produk yang sebenarnya. Sehingga tidak menyebabkan kerugian bagi konsumen yang dalam hal ini terlanjur membeli produk karena tertarik dengan informasi yang

diberikan pelaku usaha. Pelaku usaha yang telah menyebabkan kerugian bagi konsumen memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab.

- 3) Konsumen dalam hal ini seharusnya lebih berhati-hati dalam membeli atau menggunakan produk dengan memperhatikan informasi pada promosi/iklan dengan seksama. Mencari informasi lain terkait produk yang akan dibeli dengan tujuam untuk mencegah adanya kerugian yang harus dialami oleh konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

A.Buku

- Abdul Halim Barkatullah. 2010. *Hak-hak Konsumen*. cet.I. Bandung : Nusa Media.
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- A.Z Nasution. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta : Diadit Media
- Celine Tri Siwi Krisyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Dedi Harianti. 2010. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan yang Menyesatkan*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Happy Susanto. 2008. *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Yogyakarta : Visimedia
- Harjono. 2008. *Konstitusi Sebagai Rumah Bangsa*. Jakarta : Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi.
- Inosentius Samsul. 2004. *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Janus Sidobalok. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung : Citra Aditya.
- M.A Moegi Djojodirjo. 1979. *Perbuatan Melawan Hukum*. cet.I. Jakarta : PT.Pradya Paramita.
- Mr.J.H Niewenhuis. 1985. *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Surabaya : Universitas Airlangga Press.
- M.Sadar. Moh Taufik Makarao. Habloel Mawadi. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta : Akademia.

- N.H.T Siahaan. 2005. *Perlindungan Konsumen dan Tanggung jawab Produk*. Jakarta : Panta Rei.
- Peter Mahmud Marzuki. 2016. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Cet.12. Jakarta : Kencana Prenada.
- Philipus M. Hadjon. 1987. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya : Bina Ilmu.
- R. Setiawan. 1999. *Pokok-pokok Hukum Perikatan*. Cet.6. Bandung : Putra A Bardin
- Ratih Hurriyati. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : CV.Alfabet.
- Satjipto Raharjo. 2000. Ilmu Hukum. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- _____ 2003. *Sisi Lain Dari Hukum di Indonesia*. Jakarta : Kompas.
- Susanti Agung Nugroho. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta : Prenada Media.
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet.I, Jakarta : Prenada Media Group.

B. Peraturan Perundang-undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan

C. Jurnal

- Anggraeni Endah Kusumaningrum. 2013. *Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*. Jurnal Hukum.Vol.2.
- Annisa Nurul Fidzah. 2018. *Analisis Strategi Pada UMKM Social Enterprise (Studi Kasus Pascorner Cafe and Gallery)*. Jurnal Komunikasi. Vol.2.

- Dewi Tuti Muryati dan B.Rini Heryanti. 2011. *Pengaturan dan Mekanisme Penyelesaian Sengketa Non Litigasi di Bidang Perdagangan*. Jurnal Dinamika Sosbud. Vol.13.
- Peter Mahmud Marzuki. 1997. *The Need for the Indonesian Economic Legal Framework*. Jurnal Hukum Ekonomi.Vol.4
- Rafael La Porta. 1999. *Investor Protection and Cororrate Governenance*. *Journal of Financial Economics*. No.58
- Ramsiah Tasrudin. 2015. *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif*. Jurnal Al-Khitadah. Vol.2 No.1.
- Rifan Adi Nugraha.2014. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online*. Jurnal Hukum. Vol.8 No.2.
- Tami Rusli. 2012. *Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dan Pelaku Usaha Menurut Peraturan Perundang-undangan*. Jurnal Keadilan Progresif.Vol.3.
- Tri Sefrus. 2017. *Analisa Awal Permasalahan Transportasi Udara dan Arah Pengemangan di Bandara Indonesia*. Jurnal Transportasi. Vol.17 No.3.
- Wan Suryani. 2016. *Analisa Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sparepart Pada PT. Aksara Motor Medan*. Jurnal Ilmiah “Integritas”. Vol.2 No.1.

D. Skripsi dan Tesis

- Ahmad Miru.2000. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Surabaya : Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga.
- Setiono. 2014. *Rule of Law*. Surakarta : Magister Ilmu Hukumu Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret.

E. Internet

- Admin. 2018. *Sriwijaya Air Travel Pass (Terbang Gratis Setahun Penuh)*. https://www.jd.id/product/sriwijaya-air-travel-pass-terbang-gratis-setahun-penuh_50371184/500783389.html. Diakses pada tanggal 5 Maret 2019 Pukul 14.10.

- Ahda Bayhaqi. 2013. *Profil Sriwijaya Air*. <https://m.merdeka.com/sriwijaya-air/profil/>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2019 Pukul 22.25.
- Arif Hulwan. 2019. *Program Terbang Sepuasnya Sriwijaya Travel Pass Menuai Protes*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190109125914-92-359531/program-terbang-sepuasnya-sriwijaya-travel-pass-menuai-protes>. Diakses pada tanggal 26 februari 2019 Pukul 16.18.
- Bimo Prasetyo. 2011. Dimana Pengaturan Kerugian Konsekuensial dalam Hukum Indonesia. <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt4da27259c45b9/di-mana-pengaturan-kerugian-konsekuensial-dalam-hukum-indonesia/> Diakses pada tanggal 3 Maret 2019 Pukul 15.43.
- Emye. 2018. Mau Daftar Kartu Sriwijaya Travel Pass Ini Cara dan Petunjuknya, <https://backpackerjakarta.com/mau-daftar-kartu-sriwijaya-traveller-pass-ini-caranya-petunjuknya/> Diakses pada tanggal 5 Maret Pukul 14.50.
- Haris Setia Bangsawan. 2019. *Sriwijaya Travel Pass Kini*. <https://kumparan.com/haris-setia-bangsawan/sriwijaya-travel-pass-kini-1546926714984994630>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2019 Pukul 11.36.
- Komang Adiana. 2016. Cara Komplain ke Sriwijaya Air Maskapai Penerbangan. <https://www.carakomplain.com/2016/12/ke-sriwijaya-air-maskapai-penerbangan.html>. Diakses pada tanggal 19 April 2019 Pukul 19.00.
- Septyan Bayu Anggara. 2018. *Promo Membership Sriwijaya Air Unlimited Flight Selama Setahun*. dari <https://www.hipwee.com/travel/modal-12-juta-rupiah-bisa-terbang-sepuasnya-selama-setahun-dengan-sriwijaya-air-begini-caranya/>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2019 Pukul 22.09
- Syahrul Sajidin. 2012. *Apakah Yang Dimaksud Perbuatan Melawan Hukum*. <http://www.wearemania.net/aremania-voice/2067-apakah-yang-dimaksud-perbuatan-melawan-hukum>. Diakses pada tanggal 3 Maret 2019 Pukul 19.49.
- Website resmi Sriwijaya Air. 2018. Terbang Sepuasnya Setahun Penuh. <https://member.sriwijayaair.co.id/user/RegisBenefi>. Diakses pada tanggal 28 Februari 2019 Pukul 12.03

Wike Sulistiarmi. 2018. Inilah Fasilitas Sriwijaya Air Travel Pass Layanan Bayar Rp 12 Juta Terbang Setahun. <https://phinemo.com/fasilitas-sriwijaya-air-travel-pass/>, Diakses pada tanggal 5 Maret 2019 pukul 13.40.



LAMPIRAN 1

Program Terbang Sepuasnya Sriwijaya Travel Pass Menuai Protes

Sumber : Agus Supriadi

<https://logload.id/bisnis/program-terbang-sepuasnya-sriwijaya-travel-pass-menuai-protes/> Diakses pada tanggal 3 Maret 2019 Pukul 15.34 WIB



Jakarta – Tawaran terbang sepuasnya yang digadang Sriwijaya Air lewat program Sriwijaya Travel Pass (SJ Travel Pass) menuai protes. Sejumlah penumpang yang menjadi anggota STP mengaku kecewa lantaran kerap kehabisan tiket terbang dari Sriwijaya Air dan anak usahanya, NAM Air, beberapa bulan setelah membayar keanggotaan.

SJ Travel Pass merupakan penawaran keanggotaan bagi masyarakat untuk terbang menggunakan Sriwijaya Air selama satu tahun penuh dengan hanya membayar Rp12 juta. Bagi masyarakat dengan mobilitas tinggi, tawaran tersebut tentunya cukup menarik.

Sayangnya, tawaran manis cuma berlaku enam bulan pertama. Ali Akmal (34 tahun), anggota SJ Travel Pass misalnya, mengaku selalu kehabisan tiket Oktober 2018. Padahal, saat mendaftar pertama kali pada Mei 2018, ia masih bisa menikmati layanan terbang sepuasnya dari maskapai asuhan Chandra Lie tersebut.

“Kalau pesan lewat aplikasi Sriwijaya Air sebagai anggota SJ Travel Pass, tiket selalu sudah habis terjual. Tapi, kalau coba pesan bukan sebagai anggota,

banyak *seat* (kursi) kosong dengan pilihan rute dan jadwal yang beragam. Hampir semua destinasi sudah *sold out* untuk *member* (anggota),” ujarnya kepada CNNIndonesia.com, Rabu (9/1).

Pengalaman serupa juga dialami Anggota SJ Travel Pass lain, Yulia Argentin (40 tahun). Ia bergabung dengan SJ Travel Pass pada 8 Juni 2018. Ketika ia dan anggota lain akan melakukan perjalanan, hanya lima orang yang terangkut menjadi penumpang, sedang sisanya tak mendapatkan tiket.

“Ketika orang keenam pesan tiket, sudah tidak bisa karena sudah *sold out*. Saya sendiri ikut grup anggota SJ Travel Pass di Whats App dan Telegram, ternyata banyak kejadian seperti yang saya alami,” imbuh dia.

Novita Angelina (29 tahun), anggota SJ Travel Pass lainnya juga mengaku kerap kesulitan mendapatkan tempat duduk dalam setiap penerbangan Sriwijaya Air. “Tapi, kalau saya cek rute yang sama dengan aplikasi lain, seperti Traveloka atau Tiket.com masih ada kursi,” jelasnya.

Sementara, apabila saat ia terbang menggunakan program terbang sepuasnya, tak jarang ia mendapati kursi kosong. “Saat masuk ke pesawat, banyak kursi yang tidak terisi. Padahal, banyak anggota yang membutuhkan kursi tersebut,” katanya.

Tak cuma itu, manajemen Sriwijaya Air juga disebut kerap melakukan penjadwalan ulang jam terbang bagi anggota SJ Travel Pass. Bahkan, untuk beberapa kasus, ada jadwal yang dibatalkan.

“Hal nyata yang terjadi, saat di bandar udara, saya melihat ada pemindahan jadwal terbang anggota, sedangkan nonmember tetap dapat pergi pada jam yang tertera di tiket,” tutur Novita.

Tiga anggota SJ Travel Pass tersebut di atas mengaku telah mengadukan permasalahan tersebut ke layanan pelanggan Sriwijaya Air. Namun, hingga saat ini, belum ada langkah konkret dari manajemen untuk menindaklanjuti keluhan para anggota.

“Jawaban layanan pelanggan template, ‘kami akan teruskan ke manajemen dan akan kami jadikan bahan evaluasi.’ Selalu seperti itu,” tandasnya.

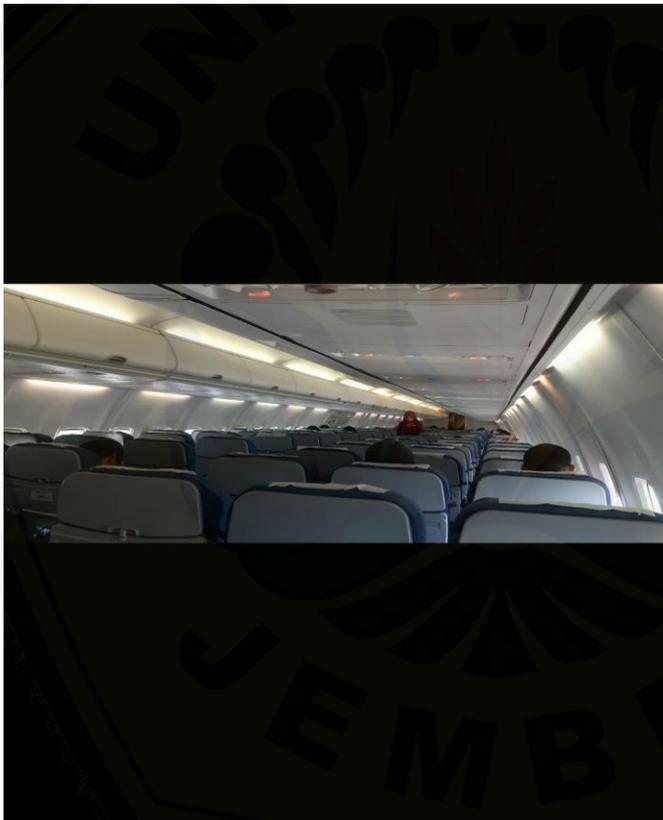
CNNIndonesia.com sudah berusaha menghubungi manajemen Sriwijaya Air, namun manajemen belum juga merespons hingga berita ini diturunkan. Di antaranya, Direktur Utama Sriwijaya Air Chandra Lie, Senior Manager Corporate Communications Sriwijaya Air Agus Soedjono dan Retri Maya.

Kemudian, CNNIndonesia.com mencoba menghubungi layanan pelanggan Sriwijaya Air. Melalui sambungan telpon, petugas layanan pelanggan Ical mengaku keluhan anggota SJ Travel Pass terkait alokasi kursi penerbangan

“Jadi, ketika melakukan pengambilan kursi dan responsnya habis, dengan kondisi penerbangan jam dan tanggal yang dimaksud, berarti untuk anggota alokasinya sudah terisi,” tutur Ical.

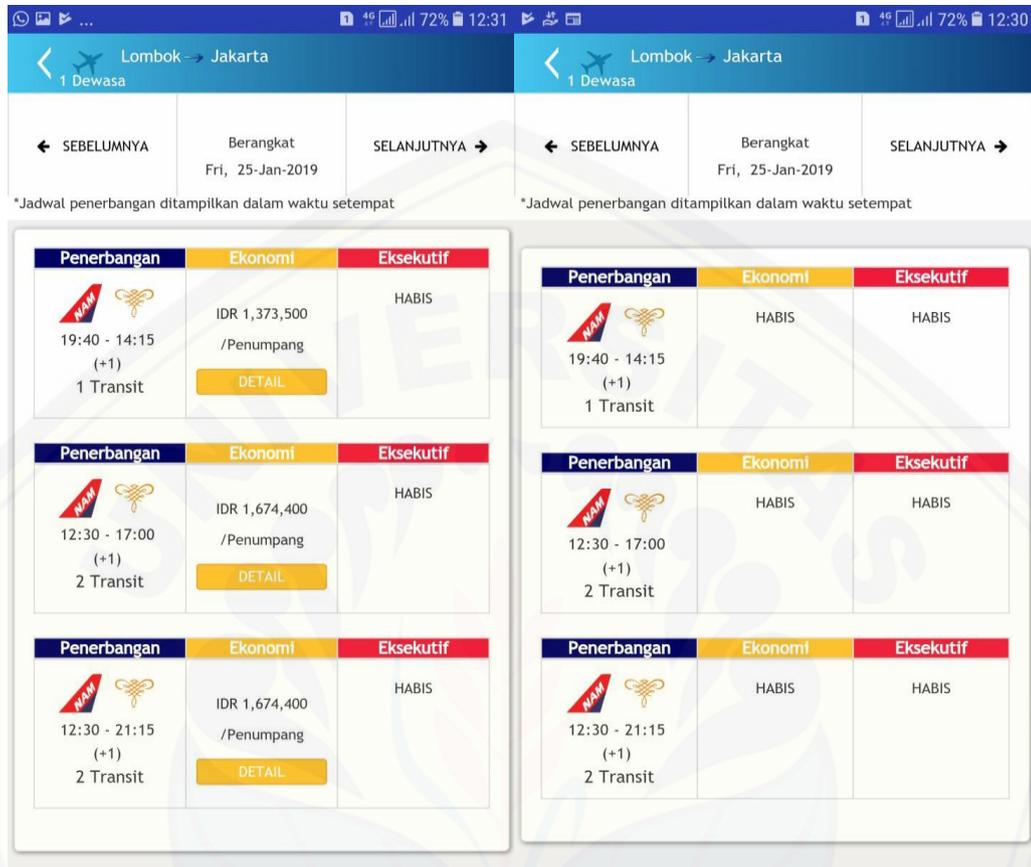
Pun demikian, ia mengungkapkan keluhan anggota telah diteruskan ke tim terkait. Tetapi, memang hingga kini belum ada konfirmasi lebih lanjut dari tim SJ Travel Pass. (ulf/bir)

1. Foto yang dikirim salah satu penumpang anggota Sriwijaya *Travel Pass*



Dalam foto memperlihatkan keadaan bahwa kursi dalam penerbangan Sriwijaya Air masih banyak yang tidak terisi, hal ini berbanding terbalik dengan keterangan pada website maupun aplikasi Sriwijaya Air bahwa tiket penerbangan telah sold out/kursi telah terisi penuh.

2. Beberapa bukti screenshot pada fitur reservasi tiket dalam aplikasi Sriwijaya Air



Berdasarkan keterangan dari dua screenshot fitur reservasi tiket pada aplikasi Sriwijaya Air di atas, terlihat bahwa ada perbedaan informasi antara reservasi yang dilakukan menggunakan fitur member Sriwijaya Travel Pass dengan fitur penumpang reguler. Dalam fitur member Sriwijaya Travel Pass adanya informasi bahwa tiket penerbangan untuk rute Lombok menuju Jakarta telah habis/soldout pada semua jadwal dan kelas penerbangan. Namun dalam fitur penumpang reguler tiket penerbangan untuk rute Lombok menuju Jakarta masih tersedia untuk semua jadwal pada kelas ekonomi.

LAMPIRAN 2

Sumber : Ria Anastasia

Diaskes dari <http://www.tribunnews.com/bisnis/2019/01/20/sriwijaya-air-bantah-abaikan-penggunaan-member-sriwijaya-travel-pass>.



TRIBUNNEWS.COM, JAKARTA - Para member Sriwijaya Travel Pass (SJTP) beberapa lalu melancarkan aksi protes kepada manajemen Sriwijaya Air terkait dengan kuota penggunaan promo SJTP yang selalu habis. Mereka yang telah membayar Rp. 12 juta untuk terbang kapan saja dan ke mana saja itu mengaku kesulitan mendapat tiket pesawat Sriwijaya Air.

Menanggapi hal tersebut, Sriwijaya Air menampik membatasi penggunaan SJTP. Corporate Secretary & Legal Sriwijaya Air, Retri Maya menegaskan, pihaknya tidak pernah menolak penggunaan member SJTP dalam tiap penerbangannya.

"Tidak benar kami tolak member SJTP yang ingin terbang hari ini dari Jakarta ke Surabaya. Bahkan jumlah member SJTP yang diterbangkan dalam penerbangan tersebut mencapai lebih dari 100 member," ujar Maya dalam keterangan tertulis, Minggu (20/1/2019).

Maya menambahkan, terdapat puluhan pemegang promo SJTP yang sudah terbang dengan Sriwijaya Air bernomor SJ 256 dan SJ 258 dengan rute Jakarta-Surabaya.

Terkait insiden tidak diberangkatkannya beberapa member SJTP, ia menjelaskan hal tersebut karena kursi dalam penerbangan telah terisi penuh oleh pemegang member SJTP lain dan penumpang reguler.

“Rute Jakarta-Surabaya Sriwijaya Air ini memang sangat diminati pelanggan dan sering terisi penuh seperti hari ini. Jadi kalau tadi ada yang tidak ikut terbang itu karena sudah tidak ada kursi tersisa,” jelasnya.

Maya memastikan seluruh pelanggan yang memegang keanggotaan SJTP akan tetap dilayani hingga masa keanggotaannya berakhir.

“Tidak ada batasan bagi para member SJTP untuk melakukan reservasi. Dan jika membutuhkan keterangan lebih lanjut mohon dapat menghubungi petugas Call Center kami di nomor 021 29279777 atau 0804 1 777 777,” pungkask Maya.

Diberitakan sebelumnya, sejumlah member SJTP protes terkait sulitnya mendapat tiket pesawat Sriwijaya Air.

Dalam ketentuannya, member SJTP yang sudah membayar Rp. 12 juta itu hanya perlu membayar pajak penumpang (PPN), pajak bandara (airport tax), asuransi (Jasa Raharja) setiap rute penerbangan.

Isa Rahadiansyah, satu di antara member SJ Travel Pass, mengaku sulit memesan tiket pada Oktober 2018 lalu karena kuota kursi, menurutnya, lebih diutamakan untuk penumpang reguler.

“Bukan hanya satu kali saya harus membeli tiket reguler padahal saya merupakan member SJ Travel Pass. Dan kami kecewa ternyata di dalam pesawat masih banyak bangku kosong,” Isa membuka cerita di Tjikini Lima, Jakarta, Senin (14/1/2019) lalu.

LAMPIRAN 3

1. Promosi program Sriwijaya *Travel Pass* pada website resmi Sriwijaya Air



Terbang Sepuasnya Setahun Penuh

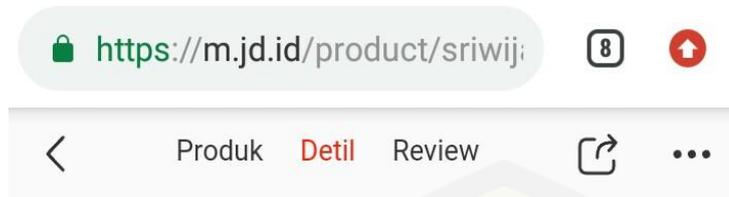
Pernahkah kamu bermimpi ingin terbang selama 365 hari mengelilingi Indonesia? Sekarang, kami membuatnya terjangkau. Ambil kesempatan bergabung dengan program SJ Travel Pass hanya dengan Rp 12,000,000. Kini kamu dapat terbang setiap hari, ke kota manapun di Indonesia.



2. Promosi program Sriwijaya Travel Pass pada media sosial instagram



3.Promosi program Sriwijaya *Travel Pass* pada website lain



SJ Travel Pass sekarang sudah dapat dipesan di JD.ID!

Pernahkah kamu bermimpi ingin terbang selama 365 hari mengelilingi Indonesia? Sekarang, JD.ID dan Sriwijaya Air Group membuatnya terjangkau. Ambil kesempatan bergabung dengan program SJ Travel Pass hanya dengan Rp 12,000,000. Kini kamu dapat terbang setiap hari, ke kota manapun di Indonesia. Setelah punya member SJ Travel Pass, kamu dapat melakukan pemesanan tiket penerbangan seluruh rute **domestik** Sriwijaya Air dan NAM Air di website atau aplikasi Sriwijaya Air sesuka kamu!

Apa aja sih keuntungan SJ Travel Pass ini?

1. Periode Terbang Setahun ke seluruh rute domestik berlaku 1 Tahun atau 12 Bulan terhitung sejak tanggal pembelian SJ Travel Pass
2. Sriwijaya Air tidak membatasi jumlah penerbangan domestik yang akan diambil dalam paket ini selama seat masih tersedia dalam penerbangan.
3. Program promosi SJ Travel Pass ini berlaku bagi seluruh rute penerbangan yang dijalani Sriwijaya Air dan NAM Air, terkecuali rute penerbangan charter dan extra flight.
4. Bisa dicicil 0% hingga 24 Bulan!.

Apa aja yang tidak tercover oleh SJ Travel Pass?

Pajak penumpang, pajak bandara, asuransi (Jasa Raharja), dan biaya administrasi menjadi tanggungan penumpang pada setiap pembelian tiket.