



**SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA  
LAYANAN INDIHOME *TRIPLE PLAY* AKIBAT PERUBAHAN  
KEBIJAKAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) Tbk.  
DARI *UNLIMITED* MENJADI *FAIR USAGE POLICY* (FUP)**

*Legal Protection For The Policy Of IndiHome Triple Play Consumers Due To  
Changes In Indonesia's Telecommunication (Persero) Tbk. Policy From  
Unlimited To Fair Usage Policy (FUP)*

Oleh:

**MUHAMMAD FAJAR SODIQ**

**NIM. 150710101497**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS HUKUM**

**2019**

**SKRIPSI**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA  
LAYANAN INDIHOME *TRIPLE PLAY* AKIBAT PERUBAHAN  
KEBIJAKAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) Tbk.  
DARI *UNLIMITED* MENJADI *FAIR USAGE POLICY (FUP)***

*Legal Protection For The Policy Of IndiHome Triple Play Consumers Due To  
Changes In Indonesia's Telecommunication (Persero) Tbk. Policy From  
Unlimited To Fair Usage Policy (FUP)*

Oleh:

**MUHAMMAD FAJAR SODIQ**

**NIM. 150710101497**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**FAKULTAS HUKUM**

**2019**

**MOTTO**

*“learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning” (Albert Einstein)*

Belajar dari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk besok. Dan yang terpenting adalah jangan sampai berhenti bertanya. (Albert Einstein)



**PERSEMBAHAN**

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

1. Ayahanda A Saiful Fadli dan Ibunda Umi Azizah yang telah menjadi inspirasi bagi penulis dalam menjalani hidup, yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, semangat, do'a, restu, serta segala pengorbanan yang tidak bisa dijelaskan dan tidak bisa dinilai oleh apapun;
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang Penulis banggakan; serta
3. Para guru TK Kholilulloh Banyuwangi, SDN 03 Genteng wetan Banyuwangi, Mts Kebunrejo Genteng banyuwangi, SMA Negeri 1 Gambiran Banyuwangi, 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.

**PRASYARAT GELAR**

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA  
LAYANAN INDIHOME *TRIPLE PLAY* AKIBAT PERUBAHAN  
KEBIJAKAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) Tbk.  
DARI *UNLIMITED* MENJADI *FAIR USAGE POLICY (FUP)***

*Legal Protection For The Policy Of IndiHome Triple Play Consumers Due To  
Changes In Indonesia's Telecommunication (Persero) Tbk. Policy From  
Unlimited To Fair Usage Policy (FUP)*

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**MUHAMMAD FAJAR SODIQ**

**NIM. 150710101497**

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

**PERSETUJUAN**  
**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI**  
**29 Agustus 2019**

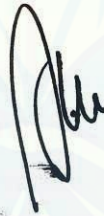
Oleh:

**Dosen Pembimbing Utama,**



**I Wayan Yasa, S.H., M.H.**  
**NIP. 196010061989021001**

**Dosen Pembimbing Anggota,**



**Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.**  
**NIP. 196812302003122001**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :


**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA  
LAYANAN INDIHOME *TRIPLE PLAY* AKIBAT PERUBAHAN  
KEBIJAKAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) Tbk.  
DARI *UNLIMITED* MENJADI *FAIR USAGE POLICY* (FUP)**

Oleh :

**MUHAMMAD FAJAR SODIO**

**NIM. 150710101497**

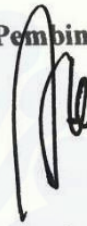
**Dosen Pembimbing Utama**



**I Wayan Yasa, S.H., M.H.**

**NIP. 196010061989021001**

**Dosen Pembimbing Anggota**



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

**NIP. 196812302003122001**

**Mengesahkan :**

**Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi**

**Universitas Jember**

**Fakultas Hukum**

**Dekan**



**Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H.**

**NIP. 197409221999031003**

**PENETAPAN PANITIA PENGUJI**

Dipertahankan di hadapan panitia penguji:

Hari : Selasa  
Tanggal : 24  
Bulan : September  
Tahun : 2019

Diterima Oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

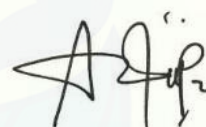
**Panitia Penguji :**

**Ketua**



**Mardi Handono, S.H., M.H.**  
NIP: 196312011989021001

**Sekretaris**

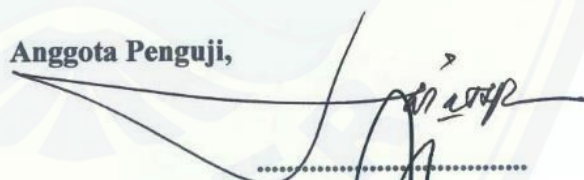


**Pratiwi Puspitho Andini, S.H., M.H.**  
NIP: 198210192006042001


**Anggota Penguji,**

**I Wayan Yasa, S.H., M.H.**  
NIP. 196010061989021001

**Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.**  
NIP. 196812302003122001



.....



.....



## PERNYATAAN

Saya sebagai penulis yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD FAJAR SODIQ

NIM : 150710101497

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :  
**“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Layanan Indihome Triple Play Akibat Perubahan Kebijakan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Dari *Unlimited* Menjadi *Fair Usage Policy (Fup)*”** adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab 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, 24 September 2019

Yang Menyatakan,

METERAI  
TEMPEL  
TGL. 20  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
MUHAMMAD FAJAR SODIQ



NIM. 150710101497

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul : **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Layanan Indihome Triple Play Akibat Perubahan Kebijakan Pt Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Dari Unlimited Menjadi Fair Usage Policy (Fup)”** 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. Bapak I Wayan Yasa, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Utama (DPU), yang telah memberikan bimbingan, dukungan, ilmu, saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Anggota (DPA) yang telah memberikan bimbingan, dukungan, ilmu, saran dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Mardi Handono, S.H.,M.H selaku Ketua Penguji yang telah memberikan ilmu, dukungan, saran, dan motivasi untuk terus maju menuju yang lebih baik.
4. Pratiwi Puspitho Andini, 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. Dr. Bayu Dwi Anggono, 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 A Saiful Fadli dan Ibunda Umi Azizah yang tiada duanya memberikan semangat, dukungan, motivasi, do'a restu, cinta dan kasih sayang yang tidak ada hentinya bagi penulis dalam mencapai cita-cita, untuk meraih hidup yang lebih baik, dan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada teman-teman BMW, Yurivan Nanda A, Kevin Ali Rahmadi, ekky Alvarro, Agung WP, Bilyy Adam Dermawan, Lanang Adi, Rendy Sigit Suseno dan kawan-kawan yang telah membantu dan memberikan semangat, motivasi, do'a, dan dukungan untuk meraih prestasi dan cita-cita.
12. UKM-O Gymnastic yang selama kurang lebih 4 tahun ini menjadi tempat berproses menjadi yang lebih baik dan disana saya bisa mengembangkan bakat olahraga saya tanpa mengganggu kuliah. Gymnastic, Jaya Jaya Jaya!
13. Untuk Dies Rut Setyoningsih yang juga selalu menyupport dan membantu saya dalam keadaan apapun dan memberi saya motivasi ketika saya mengalami kesulitan sehingga saya bisa menjadi seperti saat ini.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mendapat imbalan dari Tuhan yang Maha Esa. Penulis juga merima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jember, 24 September 2019

Penulis

## RINGKASAN

Kemajuan akan teknologi informasi merupakan salah satu dampak yang sangat besar bagi perkembangan layanan telekomunikasi. Telekomunikasi menjadikan masyarakat mudah untuk melakukan berbagai kegiatan informasi dan komunikasi. IndiHome *Triple Play* merupakan produk telekomunikasi dari PT.Telkom. Adanya perubahan kebijakan secara sepihak pada layanan telekomunikasi pada produk IndiHome *Triple Play* dari *Unlimited* menjadi *Fair Usage Policy* (FUP) dikarenakan alasan dari pihak Telkom yaitu merupakan kebijakan yang melindungi pengguna yang wajar dari pemanfaatan pemakaian berlebihan atau tidak wajar oleh pengguna berat (*heavy user*). Perubahan kebijakan tersebut secara tidak langsung sangat merugikan dan melanggar hak-hak masyarakat sebagai konsumen pengguna jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi.

Penulis menganalisis 3 (tiga) permasalahan yang kemudian dibahas dalam skripsi ini. Pertama, bentuk perlindungan hukum bagi konsumen pengguna layanan indihome *triple play* terkait perubahan kebijakan PT.Telkom dari *unlimited* menjadi FUP ?; kedua, , akibat hukum bagi pt. telkom terkait perubahan penggunaan layanan IndiHome *triple play* dari *unlimited* menjadi FUP?; ketiga, upaya yang dilakukan oleh konsumen pengguna layanan IndiHome *triple play* akibat perubahan kebijakan PT. Telkom ?

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen pengguna layanan IndiHome *Triple Play* terkait perubahan kebijakan PT Telkom dari *Unlimited* menjadi FUP; lalu untuk mengetahui akibat hukum bagi pt. telkom terkait perubahan penggunaan layanan IndiHome *Triple Play* dari *Unlimited* menjadi FUP; dan bagaimana upaya yang dilakukan oleh konsumen pengguna layanan IndiHome *Triple Play* akibat perubahan kebijakan PT Telkom.

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah yuridis normatif. Pendekatan masalah yang digunakan yaitu pendekatan perundang-undangan (*state approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yang mana pendekatan konseptual yang digunakan, yaitu konsep tentang perlindungan hukum terhadap konsumen telekomunikasi. Bahan hukum yang

digunakan terdiri bahan hukum primer, sekunder, dan bahan non hukum. Analisis hukum yang dilakukan adalah metode deduktif yaitu suatu metode yang berpangkal dari hal yang bersifat umum menuju permasalahan yang bersifat khusus. Kemudian menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi dan memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang dibangun dari kesimpulan.

Kesimpulan yang diperoleh yaitu, terkait dengan perubahan kebijakan tersebut maka PT Telkom sebagai pelaku usaha memenuhi perlindungan hukum yang sudah diatur dalam undang-undang mempunyai kewajiban untuk memberikan pelayanan yang baik dan memberikan informasi yang jelas akan adanya perubahan kebijakan pada layanan tersebut. Apabila akan terjadi sengketa akibat perubahan kebijakan secara sepihak yang dilakukan oleh PT.Telkom maka berdasarkan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diantaranya yaitu yang pertama dengan penyelesaian sengketa dengan cara damai untuk mencapai kesepakatan antara para pihak tanpa melalui pihak ketiga, yang kedua penyelesaian sengketa melalui litigasi (melalui pengadilan) dan yang ketiga penyelesaian sengketa melalui non litigasi (di luar pengadilan). Upaya penyelesaian melalui non litigasi (di luar pengadilan) dapat dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Saran dari penulis yaitu hendaknya PT.Telkom mengedepankan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha agar tidak ada sengketa dan adanya pihak yang merasa dirugikan, dengan adanya perjanjian secara tertulis antara pelaku usaha dan konsumen mengenai setiap pemasangan produk dari PT Telkom maka kecil kemungkinan untuk terjadinya sengketa antara kedua belah pihak serta pemberitahuan yang jelas kepada konsumen sebelum terjadinya perubahan kebijakan layanan tersebut yang sesuai dengan isi perjanjian yang sudah ditandatangani oleh pelaku usaha dan konsumen. Adanya ketegasan mengenai perlindungan hukum dan ganti kerugian yang jelas bagi konsumen telekomunikasi yang merasa dirugikan agar hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha tidak dilanggar oleh PT.Telkom sebagai pelaku usaha penyedia jaringan telekomunikasi dan jasa telekomunikasi

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PRASYARAT GELAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN RINGKASAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Perlindungan Hukum .....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum .....	6
2.1.2 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum.....	6
2.1.3 Tujuan Perlindungan Hukum .....	7
<b>2.2 Perlindungan Konsumen .....</b>	<b>8</b>
2.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen.....	8
2.2.2 Asas Perlindungan Konsumen .....	9
2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen .....	10

<b>2.3 Pelaku Usaha dan Konsumen .....</b>	<b>12</b>
2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha .....	14
2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha .....	17
2.3.3 Pengertian Konsumen .....	12
2.3.4 Hak dan Kewajiban Konsumen .....	15
<b>2.4 PT Telekomunikasi Indonesia .....</b>	<b>20</b>
2.4.1 Pengertian PT Telekom.....	20
2.4.2 Kegiatan Usaha PT Telkom .....	21
2.4.3 Proses Perencanaan Strategi PT Telkom .....	22
<b>2.5 IndiHome Triple Play .....</b>	<b>24</b>
2.5.1 Pengertian IndiHome <i>Triple Play</i> .....	24
2.5.2 Produk dan layanan IndiHome <i>Triple Play</i> .....	25
<b>BAB 3 PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Layanan         Indihome <i>Triple Play</i> Tekait Perubahan Kebijakan PT. Telkom Dari         <i>Unlimited</i> Menjadi FUP .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Akibat Hukum Bagi PT. Telkom Terkait Perubahan Penggunaan         Layanan Indihome <i>Triple Play</i> Dari <i>Unlimited</i> Menjadi FUP .....</b>	<b>42</b>
<b>3.3 Upaya Yang Dilakukan Oleh Konsumen Pengguna Layanan         Indihome <i>Triple Play</i> Akibat Perubahan Kebijakan PT. Telkom ..</b>	<b>52</b>
<b>BAB 4 PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>67</b>
<b>4.2 Saran .....</b>	<b>69</b>

**DAFTAR PUSTAKA**

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk yang sering di sebut PT Telkom adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT Telkom sendiri menyediakan jasa layanan telekomunikasi untuk umum baik hubungan telekomunikasi dalam negeri maupun luar negeri yang keberadaanya benar-benar sangat di butuhkan oleh masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan akan informasi dan komunikasi. Masyarakat membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang beragam dan cenderung kritis dalam menerima informasi. Informasi yang di butuhkan terus meningkat, masing-masing orang mempunyai proposisi yang berbeda-beda akan informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Informasi memiliki peranan penting dalam pemenuhan kehidupan masyarakat yang selalu berkembang dengan sangat cepat. Dalam proses penyampaian informasi tidak lepas dari proses komunikasi. Dalam proses komunikasi membutuhkan sarana atau media yang dibutuhkan untuk menyampaikan informasi. Jika pemilihan mediana tepat maka diharapkan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

IndiHome *Triple Play* resmi diluncurkan oleh PT Telkom pada tahun 2015, yakni merupakan layanan terintegrasi yang terdiri dari 3 layanan utama yang meliputi Internet (menggunakan kabel *fiber optik*) atau *High Speed* Internet, Layanan Telepon Kabel (*voice*) dan IPTV (*UseeTV Cable*). Layanan ini sendiri pada saat pertama kali diluncurkan merupakan layanan yang bersifat tidak terbatas (*unlimited*) artinya bahwa pelanggan dapat memanfaatkan layanan internet sepuasnya tanpa batasan penurunan kecepatan dan tanpa adanya batas kuota pemakaian tertentu dengan membayar biaya bulanan yang telah disepakati di awal pemasangan.<sup>1</sup>

FUP merupakan kebijakan dimana kecepatan akses internet akan turun seiring dengan tercapainya jumlah kuota pemakaian data tertentu. PT Telkom resmi memberlakukan sistem FUP pada layanan Indihome dimulai tanggal 1 Februari 2016, kebijakan ini sangat merugikan bagi pengguna layanan ini. Hal ini dikarenakan adanya pembatasan kuota Internet yang seharusnya Unlimited menjadi sistem

---

<sup>1</sup> Nova Andriatna S, 2015, *Profil PT Telekomunikasi Indonesia*  
<https://novaandriatna.wordpress.com/2015/10/11/profil-perusahaan-telkom-indonesia/>, di akses pada tanggal 27 Februari 18:46



kuota. Pembatasan ini tidak ada bedanya dengan layanan *Mobile Broadband*.<sup>2</sup>

Kebijakan FUP atau *Fair Usage Policy* yang di ambil PT Telkom tentunya sangat merugikan bagi pelanggan IndiHome *Triple Play* karena kebijakan ini di ambil secara sepihak. Apalagi bagi pelanggan yang menggunakan layanan internet dengan kebutuhan tinggi, mereka merasa kecewa dengan perubahan kebijakan layanan yang di lakukan oleh PT Telkom tanpa adanya sosialisasi atau pemberitahuan secara langsung dan tanpa persetujuan dari pihak konsumen. Sebelumnya, sejumlah pelanggan mengeluh mengenai layanan IndiHome *Triple Play*. Keluhan tersebut terkait PT Telkom yang bakal mencabut telepon rumah, jika seorang pengguna berhenti berlangganan IndiHome. PT Telkom sebagai operator penyedia jasa layanan telekomunikasi harus bisa membuat masyarakat merasakan manfaat yang lebih dari layanan IndiHome *Triple Play* karena masyarakat sebenarnya butuh kemajuan, butuh layanan lebih baik. Jika ada yang mau hanya menikmati layanan *One Play*, itu harus dihormati juga.

Kewajiban PT.Telkom yakni memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, pemeliharaan komponen penyediaan layanan telekomunikasi. Berdasarkan fakta tersebut jelas bahwa PT.Telkom telah melanggar pasal 4, pasal 8 ayat (1) huruf f dan pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. PT Telkom telah melakukan pelanggaran terkait dengan hak-hak konsumen dan iklan serta promosi yang tidak sesuai dengan apa yang di janjikan di awal, seperti perubahan kebijakan pada layanan IndiHome *Triple Play* dari *Unlimited* menjadi *Fair Usage Policy* (FUP).

Perlindungan konsumen merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan bahwa adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen apabila ada kerugian dari produk barang dan/atau jasa. Konsumen merupakan orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang telah tersedia, baik untuk kepentingan sendiri ataupun

---

<sup>2</sup> N A, 2016, *Petisi, KEMBALIKAN INDIHOME SEPERTI SEMULA*  
<https://www.change.org/p/telkomindonesia-hapuskan-fair-usage-policy-fup-indihome-indihomefiber> di akses pada tanggal 18 Februari 22:02

kepentingan orang lain dan hal tersebut tidak untuk diperjual belikan. Penggunaan barang dan/jasa dalam masyarakat mempunyai implikasi yang sangat luas bagi kehidupan konsumen. Maka dari itu bentuk perlindungan yang diberikan diharuskan mencakup segala hal yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian.<sup>3</sup>

Pembahasan ini disebabkan karena banyaknya petisi masyarakat yang dikirimkan kepada PT Telkom terutama pelanggan IndiHome *triple play* yang merasa di rugikan oleh perubahan kebijakan yang dilakukan secara sepihak. PT Telkom merubah layanan IndiHome yang sebelumnya Unlimited menjadi ada batasan maksimal kuota dan adanya kenaikan harga tanpa adanya pemberitahuan atau sosialisasi langsung kepada konsumen. Adanya perubahan kebijakan secara tiba-tiba ini sangat merugikan konsumen karena PT Telkom sebagai pelaku usaha atau penyedia jasa layanan telekomunikasi tidak memiliki itikad baik untuk memberikan informasi secara jelas kepada konsumen terkait perubahan kebijakan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul : **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA LAYANAN INDIHOME *TRIPLE PLAY* AKIBAT PERUBAHAN KEBIJAKAN PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PERSERO) Tbk. DARI UNLIMITED MENJADI FAIR USAGE POLICY (FUP) ”.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apa Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Layanan Indihome *Triple Play* Tekait Perubahan Kebijakan PT. Telkom Dari *Unlimited* Menjadi FUP ?
2. Apa Akibat Hukum Bagi PT. Telkom Terkait Perubahan Penggunaan Layanan Indihome *Triple Play* Dari *Unlimited* Menjadi FUP ?

---

<sup>3</sup> Burhannudin S, 2011, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN-Maliki Press, hlm 1..

3. Apa Upaya Yang Dilakukan Oleh Konsumen Pengguna Layanan Indihome *Triple Play* Akibat Perubahan Kebijakan PT. Telkom ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini dapat diperoleh sasaran yang jelas, tepat dan sesuai dengan yang dikehendaki oleh penulis, maka perlu ditetapkan suatu tujuan penelitian. Adapun tujuan penelitian dapat dibagi menjadi 2 (dua), yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

#### 1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan secara umum dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dan tugas menyelesaikan studi meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di perkuliahan dengan praktik yang terjadi dalam kehidupan di masyarakat;
3. Untuk memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi kalangan umum dan khususnya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember.

#### 1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui dan memahami bentuk perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan oleh PT Telkom terkait perubahan kebijakan layanan indiHome *Triple Play* dari *Unlimited* menjadi *Fair Usage Policy* (FUP)
2. Untuk mengetahui dan memahami akibat hukum bagi PT Telkom terkait perubahan kebijakan layanan indiHome *Triple Play* dari *unlimited* menjadi *Fair Usage Policy* (FUP)
3. Untuk mengetahui dan memahami upaya yang dilakukan oleh konsumen akibat terjadinya perubahan kebijakan layanan indiHome *Triple Play*.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Perlindungan Hukum

#### 2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Pengertian perlindungan hukum menurut ketentuan Pasal 1 butir 6 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2006 tentang Perlindungan saksi dan korban menentukan bahwa perlindungan adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban yang wajib dilaksanakan oleh LPSK (Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban) atau lembaga lainnya sesuai dengan ketentuan Undang-Undang. Sesuai dengan apa yang telah diuraikan di atas maka dapat diketahui bahwa perlindungan hukum adalah segala bentuk upaya pengayoman terhadap harkat dan martabat manusia atas segala hak yang dimiliki serta pengakuan terhadap hak asasi manusia di bidang hukum. Perlindungan hukum ini dibuat semata-mata untuk mempermudah atau memberi rasa aman nyaman kepada masyarakat oleh pemerintah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), perlindungan berasal dari kata “Lindung” yang artinya melindungi, mengayomi, mencegah, mempertahankan dan membentengi. Hukum memiliki sifat yang memaksa namun tidak untuk memaksakan kehendak pada seseorang tanpa kita sadari hukum dibuat semata mata untuk melindungi kepentingan manusia. Makna hukum dari segi etimologi hukum berasal dari bahasa Arab yang merupakan bentuk tunggal dari kata “*Alkas*”, yang apabila diterjaemahkan dalam bahasa indonesia menjadi “Hukum”.<sup>4</sup>

Beberapa ahli hukum mengemukakan pendapatnya tentang pengertian perlindungan hukum sebagai berikut :

1. Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa perlindungan hukum merupakan adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.<sup>5</sup>
2. Setiono berpendapat bahwa perlindungan hukum merupakan suatu tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai

---

<sup>4</sup> Soeroso, 2000, *Pengantar Ilmu Hukum* Cetakan Ketiga, Jakarta: Sinar Gratika, hlm 24.

<sup>5</sup> Satjipto Rahardjo, 2003, *Sisi-sisi Lain Dari Hukum di Indonesia*, Jakarta : Buku Kompas, hlm.11.

dengan aturan hukum yang memiliki tujuan untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman bagi masyarakat.<sup>6</sup>

3. Perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.<sup>7</sup>

Perlindungan hukum ada dikarenakan rendahnya pengetahuan masyarakat atas hukum yang berlaku. Terlebih lagi masih banyaknya masyarakat yang memiliki riwayat pendidikan yang tergolong rendah menjadikan perlindungan hukum sebagai salah satu hal yang perlu diperhatikan. Dengan adanya perlindungan hukum diharapkan negara lebih bisa mengayomi masyarakatnya, terutama dalam hal perlindungan konsumen dimana posisi konsumen yang lemah.

### 2.1.2 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum

Istilah perlindungan hukum merupakan istilah yang selalu dikaitkan dengan adanya pencederaan terhadap hak-hak anggota masyarakat baik yang dilakukan oleh sesama masyarakat, maupun oleh penguasa. Secara teoritis perlindungan hukum terdapat dua perlindungan hukum, yaitu :

1. Perlindungan yang bersifat preventif, merupakan sifat dari perlindungan hukum yang sama dengan apa yang telah diungkapkan oleh R. La Porta yaitu perlindungan yang sifatnya berupa pencegahan dengan tujuan untuk mencegah adanya sengketa.
2. Perlindungan refresif, bentuk perlindungan hukum refresif digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan apabila terjadi sengketa.<sup>8</sup>

Bentuk-bentuk dari perlindungan hukum diatas menunjukkan bahwa dengan adanya suatu perlindungan hukum terutama di bidang perlindungan konsumen diharapkan akan meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung pihak pelaku usaha dapat menjalankan usahanya

---

<sup>6</sup> Setiono, 2014, *Rule of Law*, Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, hlm.3.

<sup>7</sup> Muchsin, 2003, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Inverstor di Indonesia*, Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, hlm.14

<sup>8</sup> Soerjono Soekanto, 1984 , *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta : Ui Press, hlm 133.

dengan penuh rasa tanggung jawab. Dengan adanya kesadaran untuk bertanggung jawab oleh pelaku usaha maka semakin menurunnya tingkat kerugian yang diterima oleh konsumen. Sehingga pihak konsumen dan pelaku usaha bisa saling memberikan keuntungan.

Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan prinsip negara hukum yang berdasarkan Pancasila. Perlindungan hukum hakekatnya setiap orang berhak mendapatkan perlindungan dari hukum. Hampir seluruh hubungan hukum harus mendapat perlindungan dari hukum. Oleh karena itu terdapat banyak macam perlindungan hukum. Salah satunya yakni perlindungan hukum terhadap konsumen yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang segala hal yang menjadi hak dan kewajiban antara pelaku dan konsumen.

### **2.1.3 Tujuan Perlindungan Hukum**

Tujuan perlindungan hukum sama halnya dengan tujuan-tujuan yang ada dalam peraturan perundang-undangan yakni untuk menyejahterakan rakyat. Perlindungan hukum dibentuk dengan tujuan agar masyarakat merasa aman dalam melakukan aktivitas dalam hidupnya, dengan adanya perlindungan hukum masyarakat lebih merasa aman dari segala bentuk kerugian ancaman dan lain-lain.

Terdapat beberapa tujuan perlindungan hukum yang dikemukakan oleh beberapa ahli hukum, maka dari itu sangatlah sulit untuk menyatakan secara pasti apakah tujuan perlindungan hukum itu. Ada yang menyatakan bahwa hukum itu merupakan suatu kedamaian, keadilan, kefaedahan, kepastian dan lain sebagainya. Hukum sangatlah memiliki keterkaitan erat dengan masyarakat keduanya saling terkait satu sama lain, yang apabila dimana ada hukum disitu pasti ada kehidupan. Hukum merupakan sekumpulan aturan aturan atau kaidah kaidah yang mengandung isi yang memiliki sifat umum karena hukum berlaku bagi semua orang dan normatif karena menentukan hal apa yang boleh dilakukan dan hal apa yang dilarang untuk dilakukan.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Sudikno Mertokusumo, 2003. *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta Liberty, hlm 39.

Setiap pengertian yang diuraikan oleh para ahli memiliki arti yang hampir sama namun ada yang menyampaikan lebih spesifik, singkat namun jelas, dan sedikit berbeda dengan pengertian para ahli namun pada intinya yaitu satu tujuan untuk memberikan suatu perlindungan kepada manusia. Tujuan dari perlindungan hukum yakni untuk memberikan pengayoman atau mengayomi terhadap manusia sesuai dengan hak asasi manusia yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Manusia yang dirugikan oleh orang lain atau pihak institusi maka perlindungan ini diberikan kepada masyarakat agar mendapatkan hak-hak yang diberikan oleh hukum atas kerugian yang dialami. Perlindungan hukum yang dikeluarkan oleh pemerintah semata-mata untuk kepentingan masyarakat sendiri untuk menghindari terjadinya suatu sengketa antar para pihak.

## **2.2 Perlindungan Konsumen**

### **2.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen**

Peraturan perundang-undangan yang menjelaskan mengenai pengertian perlindungan konsumen terdapat pada Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”

Definisi hukum perlindungan konsumen diberikan secara komprehensif oleh Bapak Az. Nasution. Menurut beliau, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen. Definisi hukum konsumen adalah sebagai keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>10</sup> Batasan hukum perlindungan konsumen sebagai bagian khusus dari hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Sebagai contoh bagi konsumen antara diperlukan kaidah-kaidah hukum yang mencegah perbuatan-perbuatan tidak jujur dalam bisnis, dominasi pasar dengan berbagai praktik bisnis tertentu atau pada pokoknya dengan berbagai praktik bisnis yang menghambat masuknya perusahaan baru atau merugikan perusahaan lain dengan cara-cara yang tidak wajar.

---

<sup>10</sup> Az. Nasution, *Hukum perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006. hlm 20-21

Sementara bagi konsumen akhir diperlukan kaidah-kaidah hukum yang menjamin syarat-syarat aman setiap produk konsumen bagi konsumsi manusia, dilengkapi dengan informasi yang benar, jelas, jujur, dan bertanggung jawab.<sup>11</sup>

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan sesama manusia. Oleh karena itu, menjadi semua harapan bagi semua bangsa di dunia guna mewujudkan hubungan dari berbagai dimensi yang satu sama lain memiliki keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah. Berdasarkan pengertian diatas hampir sama dengan perlindungan hukum, namun dalam hal ini lebih spesifik yakni kepada konsumen. Perlindungan sudah pasti memiliki tujuan-tujuan tersendiri, salah satunya untuk menghindari adanya sengketa antar para pihak dan juga dari pihak pelaku usaha dan konsumen memiliki itikad baik untuk tetap memahami dan menaati peraturan perundang-undang yang tekah diatur mengenai perlindungan konsumen.

### **2.2.2 Asas-Asas Perlindungan Konsumen**

Untuk menegakkan hukum perlindungan konsumen, maka perlu diberlakukannya asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Pengaturan mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum, seperti yang dinyatakan dalam Pasal 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Adapun penjelasan mengenai asas-asas tersebut:

1. **Asas Manfaat**  
Dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. **Asas Keadilan**  
Dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

---

<sup>11</sup> Ibid ., hlm 30-31



3. Asas Keseimbangan  
Dimaksudkan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen  
Dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian Hukum  
Dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:<sup>12</sup>

1. Asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
2. Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
3. Asas kepastian hukum

Diantara tiga asas diatas seringkali yang menjadi sorotan utama adalah masalah keadilan. Asas-asas hukum seharusnya bisa dengan sendirinya menempatkan asas ini menjadi rujukan pertama baik dalam peraturan perundang-undangan maupun dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat didalamnya. Asas keseimbangan dikelompokkan kedalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah kepentingan bagi konsumen, pelaku usaha dan pemerintah. Maksud dan tujuan pemerintah disini adalah sebagai perwakilan atau mewakili kepentingan publik yang kehadirannya tidak secara langsung diantara para pihak, namun melalui pembatasan yakni dalam bentuk kebijakan-kebijakan yang dituangkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan.<sup>13</sup>

Untuk menegakkan hukum perlindungan konsumen, maka perlu diberlakukannya asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Pengaturan mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum,

---

<sup>12</sup> Miru Ahmadi & Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hlm 26.

<sup>13</sup> *Ibid.* hlm 27

Asas perlindungan konsumen merupakan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum oleh pihak konsumen ataupun pelaku usaha, dalam bahasa sehari-hari sering disebut sebagai panutan. Landasan penetapan hukum berguna dikalangan konsumen dan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya atau dalam melakukan transaksi jual beli antara konsumen dan pelaku usaha. Landasan penetapan hukum bertujuan agar tidak ada sengketa antar kedua belah pihak ataupun pemerintah sekalipun dan berpandangan terhadap asas-asas yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Asas memiliki peran penting dalam segala bentuk hukum, tanpa adanya asas hukum dapat timbul banyaknya masalah dari berbagai sisi. Asas bertujuan untuk meredakan atau menghindari terjadinya hal yang tidak diinginkan seperti sengketa dan terjadinya masalah-masalah hukum dari sisi manapun.

### **2.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen**

Peraturan perundang-undangan yang menjelaskan mengenai tujuan perlindungan konsumen terdapat pada Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang bertujuan :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan hukum pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi/bisnis. Pengertian maslahat dalam kegiatan ekonomi/bisnis adalah perpaduan antara pencapaian keuntungan. Salah satu unsur penting dalam kegiatan usaha ekonomi dan bisnis adalah adanya konsumen. Hampir keseluruhan orang yang

telah menggunakan produk barang dan/jasa yang beredar di masyarakat dapat dikatakan sebagai konsumen. Banyaknya konsumen yang bergantung pada keberadaan suatu produk yang beredar di masyarakat, menyebabkan keberadaannya perlu mendapat perlindungan.<sup>14</sup>

Achmad ali mengatakan masing-masing undang-undang memiliki tujuan khusus dan hal itu juga tampak dari pengaturan pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatas. Yang mengatur tujuan khusus perlindungan konsumen sekaligus membedakan dengan tujuan umum sebagaimana diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan diatas bila dikelompokkan dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam point huruf c dan huruf e. Sementara tujuan yang memberikan suatu kemanfaatan terdapat pada point huruf a dan b serta huruf c, d dan f. Terakhir tujuan khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum terlihat pada point d. Pengelompokkan ini tidak berlaku mutlak, oleh karena seperti yang dilihat pada point huruf a sampai huruf f terdapat tujuan yang dapat dikualifikasikan sebagai tujuan ganda.<sup>15</sup>

Tujuan perlindungan konsumen memiliki tujuan yang kesamaan dengan tujuan peraturan perundang-undangan yang lain yaitu untuk memberikan suatu perlindungan kepada konsumen apabila terjadi suatu kejadian yang mengakibatkan konsumen atau pelaku usaha merasa dirugikan. Manusia yang dirugikan oleh orang lain atau konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha maka perlindungan ini diberikan kepada masyarakat agar mendapatkan atas hak-hak yang diberikan oleh hukum. Masyarakat secara tidak langsung diperhatikan oleh pemerintah dengan dibuatnya peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen yang dikeluarkan oleh pemerintah semata-mata untuk kepentingan masyarakat sendiri untuk menghindari terjadinya suatu sengketa antar para pihak.

### 2.3 Pelaku Usaha dan Konsumen

---

<sup>14</sup> Widi Nugrahaningsih, 2017, *Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online*, Jurnal Serambi Hukum, Vol. 11 No. 01 hlm 3.

<sup>15</sup> Achmad Ali, 1998, *Menjelajah Kajian Emoiris terhadap Hukum*, Jakarta: Yarsif Watampone, hlm 95.

### 2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 angka (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha adalah Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pelaku usaha yang termasuk dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah perusahaan korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain lain, (penjelasan Pasal 1 Angka (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ).

Ini berarti tidak hanya para produsen pabrikan yang menghasilkan barang dan/atau jasa yang tunduk pada undang-undang ini, melainkan juga para rekanan termasuk agen, distributor, serta jaringan jaringan yang melaksanakan fungsi pendistribusian dan pemasaran barang dan/atau pengguna barang dan/atau jasa.<sup>16</sup> Batasan pengertian pelaku usaha tersebut sangat luas dikarenakan pelaku usaha tidak memiliki batasan kepada pemilik perusahaan yang terdaftar sebagai badan hukum tetapi juga pemilik perusahaan kecil. Dengan demikian, jika disangkutpautkan dengan kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan lainnya, mereka pelaku usaha tetap memiliki kewajiban dan tanggung jawab atas konsumennya.<sup>17</sup>

Pelaku usaha sebagai pembuat atau pemroduksi barang dan/jasa secara logis seharusnya lebih meneliti barang dan/atau jasa yang diperjual belikan kepada konsumen, demi menghindari adanya sengketa antara pelaku usaha dan adanya kerugian yang dialami oleh konsumen. Adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat atau tidak sesuai dengan pesanan maka bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha melainkan keseluruhan keugian yang dialami oleh konsumen akibat adanya cacat produk atau ketidaksesuaian

---

<sup>16</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm 5.

<sup>17</sup> N.H.T. Siahaan, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, hlm27.

produk. Pengertian diatas menjelaskan bahwasannya pelaku usaha bertanggung jawab meliputi segala bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen atas barang dan/atau jada yang telah diproduksi.

### 2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha secara umum diatur dalam Pasal Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak tersebut berdasarkan pasal tersebut adalah 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 baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian hukum sengketa 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.

Hak pelaku usaha yang ada pada point huruf b, c dan d sesungguhnya merupakan hak hak yang lebih banyak berhubungan dengan pemerintahan dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang selanjutnya disebut BPSK. BPSK merupakan suatu pengadilan yang tugasnya menangani penyelesaian sengketa konsumen. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen secara berlebihan sehingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari. Satu-satunya yang berkesinambungan dengan kewajiban konsumen atas hak-hak pelaku usaha yang ada pada point huruf b, c dan d tersebut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa seabgaimana yang diuraikan sebelumnya. Terakhir tentang hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya., seperti hak-hak yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Undang-Undang lainnya. Berkenaan dengan Undang-Undang, maka perlu diingat bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah payung bagi semua aturan lainnya yang sehubungan dengan perlindungan hukum.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Miru Ahmadi, 2013, *Prinsip Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm50

Hak diatas telah menjelaskan mengenai apa saja yang harus dipahami oleh pelaku usaha maupun konsumen. Kewajiban pelaku usaha secara umum diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. Beritikad baik dalam melakukan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan 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 diskrimanit;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau jasa yang 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 memberikan jaminan dan/atau garasi atas barang dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik (*good faith*) dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Itikad baik yang dilakukan oleh pelaku usaha contoh dengan cara lebih detail dalam pengerjaan produksi barang dan/atau jasa dengan tujuan menghindari adanya cacat produk atau produk tidak sesuai pesanan. Ketentuan mengenai itikad baik (*good faith*) diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang Undang Hukum Perdata, bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (*good faith*).

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan usahanya, yang dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha dalam beritikad baik dimulai dari barang dan/atau jasa dibuat/diproduksi sampai pada fase penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Miru Ahmadi & Sutarman Yodo, op. cit. hlm 54.

Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan mengenai cara penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, dikarenakan informasi disamping merupakan hak dari konsumen juga karena tidak adanya informasi yang tidak memadai dan pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), hal tersebut akan sangat merugikan konsumen.<sup>20</sup>

Pembahasan diatas menjurus pada pelaku usaha bahwasannya pelaku usaha diwajibkan untuk beritikad baik (*good faith*) dalam melakukan kegiatan usaha yang merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Begitu juga bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Pelaku usaha dan konsumen disini keduanya harus sama-sama memiliki itikad baik (*good faith*) atas barang dan/jasa, pelaku usaha lebih detail terhadap barang dan/atau jasa yang diproduksi dengan tujuan menghindari adanya cacat produk atau produk tidak sesuai dengan pesanan. Konsumen beritikad baik (*good faith*) dalam transaksi barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha dengan tujuan dihindarinya sengketa antar kedua belah pihak.

### 2.3.3 Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen yang terdapat pada Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menerangkan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan. Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris yakni "*consumer*" atau dalam bahasa Belanda "*consument*".

Penjelasan yang terdapat dalam Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan "konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia di dalam masyarakat" apabila disangkutpautkan dengan anak kalimat "bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm 54-55.

lainnya”. Pemakai dari hal tersebut untuk kepentingan diri sendiri atau kepentingan diri sendiri, keluarga atau makhluk hidup lainnya. Penggunaan kata “pemakai” dirasa barang yang sudah dibeli bukan milik pembeli/diri sendiri. Istilah yang digunakan setiap orang yang memperoleh suatu barang secara hukum akan memberikan makna yang lebih relevan, karena yang diperoleh secara hukum maka dapat digunakan untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk orang lain.

Perlakuan hukum yang berlebihan bersifat mengatur dan/atau mengatur dengan diimbahi perlindungan, merupakan pertimbangan tentang perlunya pembedaan dari konsumen itu.

Az. Nasution menegaskan batasan tentang konsumen, yaitu:<sup>21</sup>

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
2. Konsumen antara, adalah setiap orang yang membutuhkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan untuk membuat barang dan/jasa lain untuk diperdagangkan (dengan tujuan komersial);
3. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

Konsumen antara, barang dan/atau jasa adalah barang dan/jasa yang kapital atau berbentuk bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen akhir, barang dan/atau jasa adalah barang dan/jasa yang digunakan oleh konsumenm yaitu barang yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangga (produk konsumen). Barang dan/jasa milik konsumen ini biasanya diperoleh dari pasar-pasar konsumen., dan terdiri dari barang dan/atau jasa yang umumnya digunakan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>22</sup>

Konsumen merupakan pemberdaya dari apa yang diperjual belikan oleh pelaku usaha. Diibaratkan kacang tanpa kulit, apabila tanpa adanya konsumen pelaku usaha tidak akan ada dan tidak ada kegunaanya atas pembuatan barang dan/atau jasa yang telah diproduksi. Oleh karena itu, konsumen disini memiliki hak apabila konsumen merasa dirugikan atas brang dan/atau jasa dan diberikan kebebasan untuk menuntut atau meminta ganti rugi sesuai peraturan perundang-

---

<sup>21</sup> Az Nasution, op. cit. hlm 5.

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm 13-14.



undangan yang telah diatur. Pelaku usaha juga memiliki hak untuk menuntut ganti rugi apabila konsumen melakukan hal yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan, bukan hanya konsumen namun pelaku usaha juga memiliki hak atas apa yang diproduksi.

#### **2.3.4 Hak dan Kewajiban Konsumen**

Penjelasan mengenai hak dan kewajiban konsumen berdasarkan bunyi Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Hak Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 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 penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lainnya.

Hak-hak di atas telah menjelaskan mengenai apa saja yang harus dipahami oleh pelaku usaha maupun konsumen. Konsumen juga memiliki kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- 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 hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Ditinjau secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen dari sebagian *President Kennedy's Bill Of Rights* yaitu :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right of safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Empat dasar hak ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang bergantung dalam *The international Organization of Consumers Union (IOCU)* menambahkan beberapa hak konsumen, seperti hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.<sup>23</sup> Untuk menjamin suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan aman dan nyaman maupun tidak membahayakan bagi konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jujur dan jelas. Terdapat juga penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, binaan, perlakuan adil, kompensasi sampai ganti rugi.<sup>24</sup>

Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini disebabkan karena bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha yang kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dibuat/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).

## **2.4 PT Telekomunikasi Indonesia**

### **2.4.1 Pengertian PT Telekomunikasi Indonesia**

Berdasarkan pasal 1 Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi menyatakan bahwa Telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dan atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya.

---

<sup>23</sup> Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, hlm 19-

<sup>24</sup> Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm 30.

PT Telekomunikasi Indonesia, yang selanjutnya disebut PT Telkom, merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa layanan teknologi dan jaringan telekomunikasi, yang meliputi layanan telepon kabel dan nirkabel, layanan telepon selular, layanan jaringan interkoneksi, layanan internet, dan *broadband* yang terbesar di Indonesia. Pemegang saham mayoritas PT Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham PT Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode "TLKM" dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode "TLK".<sup>25</sup>

Peran PT Telkom sebagai BUMN sangat penting dan dibutuhkan dalam pembangunan di Indonesia, tidak hanya oleh pemerintah tapi juga oleh masyarakat luas. Pemerintahan dalam BUMN seringkali digunakan sebagai salah satu alat penting dalam pembangunan ekonomi, khususnya pembangunan dibidang industri-industri manufaktur, dan lain sebagainya. Dilihat dari sudut pandang masyarakat, BUMN merupakan instrumen yang penting sebagai penyedia layanan yang cepat, murah, dan efisien. PT Telkom seharusnya selalu berupaya untuk terus memperbaharui kinerja dalam memberikan pelayanan yang semakin optimal, sehingga citra PT Telkom dimata masyarakat akan selalu dinilai baik dan memberikan pelayanan yang baik sehingga memuaskan pelanggannya sesuai dengan ditinjau dari sisi pemerintahan BUMN ataupun dari sisi masyarakat.

#### **2.4.2 Kegiatan Usaha PT Telekomunikasi Indonesia**

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perseroan. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:

##### Usaha Utama

1. Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan

---

<sup>25</sup> <https://www.telkom.co.id/> di akses pada tanggal 10 Maret pukul 19:10

informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Melakukan investasi termasuk penyertaan modal pada perusahaan lainnya sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan

#### Usaha Penunjang

1. Menyediakan jasa transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
2. Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki Perseroan, antara lain pemanfaatan aktiva tetap dan aktiva bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan, fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.
3. Bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka mengoptimalkan sumber daya informatika, komunikasi atau teknologi yang dimiliki oleh pihak lain pelaku industri informatika, komunikasi dan teknologi, sejalan dengan dan untuk mencapai maksud dan tujuan Perseroan.<sup>26</sup>

Kegiatan usaha PT Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya. PT Telkom pada saat ini mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

1. *Mobile*  
Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.
2. *Fixed*  
Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand IndiHome.
3. *Wholesale & International*  
Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, hubbing data center dan content platform, data dan internet, dan solution.

---

<sup>26</sup> Sinaga, Cornelia Maureen, Intan, Theresia, Evilia, Lusy, 2015 *Strategi Community Relations PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom, Tbk) Dalam Usaha Peningkatan Pemanfaatan Internet Untuk Usaha Kecil Menengah Melalui Kegiatan Broadband Learning Centre*, Jurnal Wima, Vol 4 NO 2 hlm 45-61.

4. *Network Infrastructure*  
Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.
5. *Enterprise Digital*  
Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.
6. *Consumer Digital*  
Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan *VideoMax*), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis digital advertising dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things (IoT)*.<sup>27</sup>

Berdasarkan penjelasan mengenai kegiatan PT Telkom diatas memberikan pemahaman kita terkait dengan kegiatan yang dilakukan oleh PT Telkom dalam menjalankan operasional perusahaannya demi bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain, 6 produk portofolio diatas yang akan ditawarkan PT Telkom terhadap konsumen. Kegiatan usaha PT Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkap *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

#### **2.4.3 Proses Perencanaan Strategi PT Telekomunikasi Indonesia**

Proses perencanaan strategi Perusahaan dilaksanakan oleh jajaran PT Telkom sebagaimana tertuang dalam Keputusan Direksi Nomor 74 tahun 2006. Sistem perencanaan Perusahaan ini disusun untuk memberikan pedoman pada unit-unit kerja di PT Telkom dalam menyusun perencanaan Perusahaan, dengan tujuan agar perencanaan Perusahaan dapat dilakukan secara sistematis, lebih dilaksanakan dengan baik sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya, memudahkan dalam melakukan evaluasi dan pengendalian pada saat pelaksanaannya. Model perencanaan Perusahaan terdiri dari 3 (tiga) tahapan ;<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Fikri Firmansyah Farid, 2015, Gambaran Restrukturisasi Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 18, NO 2 hlm 35-43

<sup>28</sup> Yoga Angga Nugraha, 2011, *PT Telkom Indonesia dalam Proses Perencanaan Strategi*, <https://yogaberkarya.wordpress.com/2011/10/28/pt-telkom-indonesia-dalam-proses-perencanaan-strategi/>, di akses pada tanggal 02 Maret 08:54

1. Penyelarasan Harapan Pemangku Kepentingan
2. Perumusan Strategi Perusahaan
3. Pengembangan Perencanaan Bisnis

Penjelasan ketiga model perencanaan Perusahaan yang di terapkan oleh PT Telkom yaitu tahapan pertama dalam penyusunan rencana strategis Perusahaan ini dilakukan dengan mengidentifikasi pemangku kepentingan utama dan menganalisa harapan setiap pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan utama PT Telkom terdiri dari pemegang saham, pelanggan, karyawan, masyarakat, pemerintah dan rekan bisnis. Analisis atas harapan pemangku kepentingan utama tersebut memberikan informasi yang digunakan dalam proses perencanaan strategis yang akan menentukan strategi dan sasaran Perusahaan. Kedua yaitu perumusan strategi Perusahaan dimulai dengan penetapan visi dan misi Perusahaan yang mengacu pada harapan-harapan pemangku kepentingan, analisa kemampuan internal Perusahaan dan factor-faktor eksternal. Setelah visi dan misi Perusahaan ditetapkan, langkah berikutnya adalah pemetaan sasaran strategis sebagaimana dituangkan dalam *Corporate Strategy Scenario* (CSS). CSS ini merupakan hierarki perencanaan tertinggi yang digunakan sebagai acuan utama dalam menyusun perencanaan Perusahaan. Ketiga CSS dijabarkan dalam bentuk perencanaan bisnis untuk jangka panjang maupun jangka pendek. Perencanaan jangka panjang memuat sasaran dan rencana kerja Perusahaan dalam beberapa tahun kedepan yang selanjutnya digunakan dalam penyusunan sasaran dan rencana kerja Perusahaan tahunan. Perencanaan jangka pendek memuat sasaran dan rencana kerja Perusahaan tahunan yang selanjutnya digunakan untuk penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP).

## **2.5 IndiHome Triple Play**

### **2.5.1 Pengertian IndiHome Triple Play**

Berdasarkan pasal 14 Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang penyelenggara Telekomunikasi menyatakan bahwa penyelenggaraan telekomunikasi terdiri dari :

- a. Penyelenggaraan telepon dasar;
- b. Penyelenggaraan nilai telepon dasar;
- c. Penyelenggaraan multimedia.

Indonesia Digital HOME (disingkat IndiHOME) adalah salah satu produk layanan dari PT Telekom berupa paket layanan komunikasi dan

data seperti telepon rumah (*voice*), internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), dan layanan televisi interaktif (*USee TV Cable, IP TV*). Karena penawaran inilah PT Telkom memberi label IndiHOME sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1) karena selain internet, pelanggan juga mendapatkan tayangan TV berbayar dan saluran telepon. Paket IndiHome juga dilengkapi dengan konten seperti layanan portal musik digital dan *Home Automation*. IndiHome resmi diluncurkan pada tahun 2015. IndiHome juga merupakan salah satu program dari proyek utama PT Telkom, Indonesia *Digital Network 2015*. Sedangkan Triple play adalah layanan dari IndiHOME yang diberikan operator PT Telkom bagi pelanggan rumah berupa langganan TV kabel, telepon rumah, dan akses internet. *Triple play* itu tren teknologi dan merupakan peningkatan layanan kepada masyarakat. Teknologi berubah dari kabel tembaga menjadi kabel optik. Dari kabel optik ini bisa berjalan beragam layanan yang bisa diberikan.<sup>29</sup>

Layanan IndiHome *Triple Play* ini adalah salah satu produk dari PT Telkom berupa paket layanan telekomunikasi. Layanan ini menggabungkan tiga produk menjadi satu paket (3-in-1) yang selanjutnya di sebut IndiHome *Triple Play*, karena selain internet pelanggan juga mendapatkan tayangan televisi dan juga saluran telepon. *Triple Play* merupakan tren teknologi masa kini dan merupakan peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Teknologi baru tersebut yaitu dari kabel tembaga menjadi kabel optik. Pasalnya, kabel jaringan tersebut memiliki kecepatan akses yang tinggi dari pada kabel tembaga sehingga banyak digunakan sebagai saluran komunikasi masa sekarang dengan tujuan agar masyarakat terutama pelanggan IndiHome bisa merasakan kepuasan dalam menggunakan layanan ini.

### 2.5.2 Produk dan Layanan IndiHome Triple Play

*Triple Play* itu tren teknologi dan merupakan peningkatan layanan kepada masyarakat. Teknologi berubah dari kabel tembaga menjadi kabel optik. Dari kabel optik ini bisa berjalan beragam layanan yang bisa diberikan. Indihome merupakan program *triple play* dari PT. Telekomunikasi Indonesia yang meliputi Internet on Fiber atau *High Speed Internet* (Internet Cepat), *Phone* (Telepon Rumah), dan *Interactive TV (Usee TV Cable)*.

#### 1. Internet On Fiber

Layanan internet super cepat menggunakan fiber optik dari PT Telkom yang memiliki keunggulan, yaitu :

---

<sup>29</sup> <https://indihome.co.id/tripleplay> di akses pada tanggal 10 Maret 08:20

- a. Internet Cepat  
Fiber optik mampu mentransfer data (*bandwidth*) hingga ratusan *Mbps* (jauh lebih cepat dibandingkan kabel *coax* atau *copper*).
  - b. Internet Stabil  
Kecepatan fiber optik jauh lebih stabil dibandingkan *coax* atau *copper* pada saat dilakukan *sharing* (akses internet secara bersamaan).
  - c. Internet Handal  
Fiber optik lebih tahan dalam kondisi cuaca apapun seperti serangan petir dan gangguan elektromagnet dibandingkan kabel *coax* atau *copper*. Sehingga komputer anda menjadi lebih aman.
  - d. Internet Canggih  
Fiber optik merupakan teknologi penghantaran data tercanggih dan terbaru yang digunakan dalam layanan *fixed broadband*.
2. *Interactive TV*

UseeTV Cable merupakan layanan *Interactive TV* pertama di Indonesia. Layanan TV berbayar (*Pay TV*) yang memberikan pengalaman baru. Kita tidak hanya menonton TV, tapi juga dapat memegang kendali seakan kita sutradaranya. Selain memberikan tayangan yang berkualitas, *UseeTV* Cable juga memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya, seperti *Pause* dan *Rewind TV*, *Video on Demand*, *Video Recorder* dan lainnya.

3. *Phone*

Telepon rumah adalah layanan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya nelson lebih murah dan kualitas suara yang jernih. Paket telepon rumah Indihome menawarkan gratis nelson 1000 menit lokal atau Interlokal per bulan atau setara dengan 17 jam per-bulan yang bisa digunakan baik untuk Lokal maupun Interlokal secara leluasa tanpa batasan berapa menit yang digunakan untuk Lokal ataupun berapa menit Interlokal dengan total penggunaan 1000 menit perbulan.<sup>30</sup>

PT Telkom mempunyai produk unggulan yang menjadi tren masa kini yaitu layanan IndiHome *triple play*. Layanan ini sangat banyak di minati oleh masyarakat karena teknologi yang di tawarkan oleh PT Telkom cukup menjajikan yaitu dengan menggunakan teknologi kabel optik yang kecepatan aksesnya lebih optimal dari pada kabel tembaga. IndiHome *triple play* menawarkan beberapa produk yaitu pertama, internet *on fiber* atau internet cepat, layanan internet ini menggunakan kabel optik sehingga memiliki banyak keunggulan seperti mengakses internet dengan super cepat, internet stabil, internet handal, internet canggih. Kedua, *Interactive TV* merupakan yang pertama di Indonesia. *Usee TV* yang merupakan layanan dari *Interactive TV* . Layanan TV

---

<sup>30</sup> <https://indihome.co.id/tripleplay> di akses pada tanggal 12 Maret pukul 14:30



berbayar yang memberikan pengalaman baru. yang memberikan berbagai macam fitur yang tidak ada di penyedia layanan kabel lainnya. Ketiga, *Phone* atau telepon rumah yang merupakan komunikasi telepon dengan keunggulan biaya telepon lebih murah dan kualitas suara lebih jernih.



## BAB 4 PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan tersebut, penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam tindakan preventif atas perubahan kebijakan pada layanan IndiHome *Triple Play* dari *Unlimited* menjadi *Fair Usage Policy* (FUP) oleh PT.Telkom yaitu dalam pengaturan dan pemberitahuan akan dilakukannya perubahan kebijakan pada produk IndiHome tersebut serta pelayanan kepada konsumen yang tertuang dalam pasal 14 Undang-Undang Nomo 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Tetapi perubahan kebijakan secara sepihak tersebut sering terjadi sehingga tidak terpenuhinya hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam tindakan represif berkaitan dengan kompensasi/ganti rugi akibat perubahan kebijakan secara sepihak pada layanan IndiHome *Triple Play* yang diatur dalam pasal 15 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi. Kompensasi/ganti rugi juga tertuang dalam Pasal 7 ayat (7) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal tersebut, menjelaskan bahwasannya PT Telkom telah melanggar peraturan perundang-undangan tentang telekomunikasi dan perlindungan konsumen mengenai hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Dengan demikian PT Telkom wajib memberikan kompensasi/ganti rugi sesuai dengan ketentuan undang-undang tersebut.
2. Akibat hukum dari adanya perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh PT Telkom atas kebijakannya yang dikeluarkan secara sepihak yang menimbulkan kerugian pada konsumen maka pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi kepada konsumen berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata. Selanjutnya apabila pelaku usaha melanggar aturan-aturan yang

sudah ditetapkan dalam undang-undang maupun peraturan lain yang mengaturnya maka sanksi yang akan diberikan yaitu berupa sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha dan sanksi pidana berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen . Pencabutan izin sebagaimana dimaksud dilakukan setelah diberikannya peringatan tertulis sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut yang mana masing-masing peringatan tertulis berlangsung selama 7 (tujuh) hari kerja, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2000.

3. Upaya yang dapat dilakukan konsumen akibat terjadinya perubahan kebijakan secara sepihak yang dilakukan oleh PT.Telkom yaitu berdasarkan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, upaya yang dapat dilakukan konsumen apabila dirugikan akibat perubahan kebijakan secara sepihak yang dilakukan oleh pihak telkom yaitu proses penyelesaian sengketa yang dapat dilakukan oleh semua konsumen baik secara perorangan maupun secara berkelompok dan bisa dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Kemudian untuk mekanisme penyelesaian sengketa dapat ditempuh dengan beberapa cara, diantaranya yaitu yang pertama dengan penyelesaian sengketa dengan cara damai untuk mencapai kesepakatan antara para pihak tanpa melalui pihak ketiga, yang kedua penyelesaian sengketa melalui litigasi (melalui pengadilan) dan yang ketiga penyelesaian sengketa melalui non litigasi (di luar pengadilan).

#### **4.2 Saran**

1. Hendaknya PT.Telkom sebagai pelaku usaha harus mengedepankan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha agar tidak ada sengketa dan adanya pihak yang merasa dirugikan dari pihak konsumen maupun pelaku usaha serta membuat perjanjian tertulis secara jelas antara pelaku usaha dan konsumen di setiap pemasangan produk IndiHome dari PT.Telkom agar kedepannya tidak akan terjadi sengketa lagi antara kedua belah pihak.
2. Hendaknya Pemerintah maupun pihak yang berwenang lebih bertindak secara tegas atas perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh PT Telkom sebagai pelaku usaha yang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku , agar peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah ini tidak dilanggar oleh pelaku usaha yang menimbulkan kerugian kepada konsumen.

3. Kepada konsumen diharapkan lebih waspada lagi dalam memilih suatu produk yang tidak terlampirkan surat perjanjian yang jelas di setiap pemasangan suatu produk tersebut, agar tidak mudah tergiur dengan iming-iming yang sangat menjanjikan di awal namun belum tentu terealisasi kedepannya sehingga dapat terhindar dari sebuah kerugian yang mungkin dilakukan oleh pelaku usaha. Apabila sudah terlanjur terjadi sebuah sengketa antara konsumen dan pelaku usaha maka segera melapor kepada pihak yang berwenang agar masalah tersebut bisa cepat diselesaikan.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdul Halim Barkatullah, 2010, *Hak-Hak Konsumen*. Bandung : Nusa Media.
- Achmad Ali, 1998, *Menjelajah Kajian Emoiris terhadap Hukum*. Jakarta: Yarsif Watampone.
- Adi Sulistiyono, 2006, *Krisis Lembaga Pengadilan di Indonesia*. Surakarta : UNS Pers.
- Agus Pramono, 2010, *Hukum Telekomunikasi Indonesia dan Tatanan Global*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ahmadi Miru, 2013, *Prinsip Prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- AZ Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Burhanudin S, 2011, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*. Malang : UIN-Maliki Prees.
- Celin Tri Siwi Krisyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Dudu Dismawara Machmudin, 2009, *Pengantar Ilmu Hukum*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Gunawan Widjaja, dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Irawan Soerodjo, 2004, *Hukum Perjanjian dan Pertanahan*, Jakarta : Kencana.
- Marilang, 2017, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*. Makasar : Indonesia Prime.
- Marzuki, Peter Mahmud, 2016, *Penelitian Hukum*. (Edisi Revisi, Cetakan Ke-12) Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Miru Ahmadi, dan Sutarman Yodo, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Muchsin, 2003, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Inverstor di Indonesia*. Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.
- N.H.T Siahaan, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Prodruk*. Jakarta: Panta Rei.

- Rachmadi Usman, 2000, *Hukum Ekonomi dalam Dinamik*. Jakarta : Djambatan.
- Rachmadi Usman, 2002, *Hukum Arbitrase Nasional*. Jakarta : Grasindo.
- Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*. Yogyakarta : Liberty.
- Susanti Adi Nugroho, 2008, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Prenada Media.
- Satjipto Rahardjo, 2003, *Sisi-sisi Lain Dari Hukum di Indonesia*. Jakarta : Buku Kompas.
- Setiono, 2014, *Rule of Law*, (Supermasi Hukum). Surakarta : Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret.
- Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Sidharta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Edisi Revisi). Jakarta: Penerbit Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Soeroso, 2000, *Pengantar Ilmu Hukum Cetakan Ketiga*. Jakarta: Sinar Gratika.
- Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Prenada Media Grup.

#### **Peraturan Perundang-Undangan**

- Kitab Undang Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1975 Nomor 12).
- Undang undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)
- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 154, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3881).
- Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi. (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1989 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3391).

#### **Jurnal Dan Tesis**

- Bambang Eko Tursino. “*Perlindungan Konsumen Dalam Iklan Obat*”, Jurnal Masalah-Masalah Hukum Universitas Diponegoro. Jilid 41 No. 1, Januari 2012.

Fikri Firmansyah Farid. “*Gambaran Restrukturisasi Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk*”. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 18, No 2, Januari 2015.

Manuasa Saragi. “*Litigasi dan Non Litigasi Untuk Penyelesaian Sengketa Bisnis dalam Rangka Pengembangan Investasi Di Indonesia (Kajian Penegaka Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman jo. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa)*”. E-Journal Graduate Unpar, Vo.1, No.2, Tahun 2014

Sinaga, Cornelia Maureen, Intan, Theresia, Evilia, Lusy. “*Strategi Community Relations PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom, Tbk) Dalam Usaha Peningkatan Pemanfaatan Internet Untuk Usaha Kecil Menengah Melalui Kegiatan Broadband Learning Centre*”. Jurnal Wima, Vol 4, No 2, 2015.

Tami Rusli. “*Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dan Pelaku Usa’ Menurut Peratran Perundang-Undangan*”. Jurnal Keadilan Progresif. Vc..., No.1, Maret 2012.

Widi Nugrahaningsih. 2017. “*Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online*”. Jurnal Serambi Hukum. Vol 11, No 1, Februari-Juli 2017.

## **Wawancara**

Ali Masrukin (Pelanggan IndiHome Triple Play), 2019, “*Keluhan Mengenai Layanan IndiHome Triple Play*”. Hasil Wawancara Pribadi : Jember 10 Juli 2019.

Sayoga Dwi Renaldi (Koordinator Bidang Komunikasi PT Telekom Surabaya), 2019, “*Penjabaran dan Tujuan Progam Layanan IndiHome Triple Play*”. Hasil wawancara Pribadi : Jember 8 Juni 2019.

## **Internet**

Admin, 2015, *Perlindungan Huku*, diakses pada tanggal 5 Juni 2019, dari <https://www.suduthukum.com/2015/09/perlindungan-hukum.html>.

Agam Sandan, 2016, *Telkom Jangan Perdaya Pelanggan IndiHome dengan Diskon yang Menyesatkan*, diakses pada tanggal 17 Juli 2019, dari <https://www.change.org/p/vp-marketing-telkom-telkom-menteri-bumn-marketingtelkom-dalam-memasarkan-indihome-jangan-jebak-pelanggan>.

Bayu Wahyudi, 2016, *Perbaikan Kualitass Jaringan Internet FO IndiHome*, diakses pada tanggal 16 Juli 2019, dari <https://www.change.org/p/pt-telkomindonesia-perbaikan-kualitas-jaringan.internet-fo-indihome>.

Dani Prasetyo, 2015, *Promo Speedy dan IndiHome di Semarang*, diakses pada tanggal 5 Juli 2019, dari <http://promospeedytelkom.blogspot.co.id/>.

Harianti, 2016, *Daftar Skema Paket dan Kecepatan IndiHome Terbaru*, diakses pada tanggal 10 Juli 2019, dari <http://harianti.com/ini-daftar-skemapaket-fup-dan-kecepatan-indihome-telkom-terbaru-2016/>.

Josep Lago, 2019, *Kecepatan Internet Indonesia k-2 Terbawah dari 45 Negara*, diakses pada tanggal 11 Juli 2019, dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi-/20190201152441185365734/-kecepatan-internet-indonesia-ke-2-terbawah-dari-45-negara>.

Katsuo Ono, 2016, *Telkom Yang Semena-mena Terhadap Pelanggan Mengubah Kebijakan Promo dengan Sebelah Pihak*, diakses pada tanggal 11 Juli 2019, dari <https://www.change.org/p/telkomindonesia-alasan-ribuan-orang-petisi-indihome-rudiantara-id>.

Nova Andriadna, 2015, *Profil PT Telekomunikasi Indonesia*, diakses pada tanggal 25 Juni 2019, dari <https://novaandriatnas.wordpress.com/2015/10/11/profil-perusahaan-telkom-indonesia/>.

Novan Angga, 2016, *Kembalikan IndiHome Seperti Semula*, diakses pada tanggal 20 Juni 2019 <https://www.change.org/p/telkomindonesia-hapuskanfairusage-policyfup-indihome-indihomefiber>.

Sukindar, 2017, *Cara Melaporkan Gangguan IndiHome dengan Mudah*, diakses pada tanggal 1 Juli 2019, dari <https://gadgetren.com/2017/10/24/cara-lapor-gangguan-indihome/>.

Yoga Angga Nugraha, 2011, *PT Telkom Indonesia dalam Proses Perencanaan Strategi*, diakses pada tanggal 29 Juni 2019, dari <https://yogaberkarya.wordpress.com/2011/10/28/pt-telkom-indonesiadalam-proses-perencanaan-strategi/>.



