

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.<sup>1</sup> Dalam konteks hukum, konsumen dan pelaku usaha mempunyai hubungan timbal balik, kewajiban pelaku usaha merupakan hak konsumen dan hak pelaku usaha merupakan kewajiban konsumen, artinya kedua belah pihak berada dalam posisi yang berimbang dalam arti saling menguntungkan dan tidak saling merugikan.<sup>2</sup>

Perlindungan konsumen akan selalu menarik untuk diperbincangkan di tengah masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya masalah yang timbul antara pelaku usaha dengan konsumen. Fenomena yang sering terjadi saat ini, dimana kedudukan konsumen dirasa masih sangat lemah dihadapan pelaku usaha, menimbulkan banyaknya konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli barang ataupun jasa secara sadar maupun tidak sadar.

---

<sup>1</sup> Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen*, Pustaka Sinar Harapan, Bandung, 1995 , hlm. 64-65.

<sup>2</sup> Ari Purwadi, *Tanggung Jawab Periklanan Pada Perlindungan Konsumen*, Trisakti, Juli, 2000, hlm. 3.

Untuk mendapatkan untung yang besar, banyak pelaku usaha cenderung mengurangi biaya produksi yang nantinya akan mengurangi kualitas produk yang dihasilkan. Hal tersebut justru akan mengurangi tingkat kepuasan pelanggan yang kemudian menyebabkan para konsumen merasa dirugikan. Barang dan atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha tetap exist ditengah masyarakat salah satu cara yang dilakukan adalah dengan melakukan komunikasi pemasaran menggunakan iklan, promosi, sebagai penyampai pesan produknya sehingga pesan tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

Di era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan akan teknologi broadband semakin tumbuh dan berkembang pesat pada setiap lapisan masyarakat tanpa terkecuali. Masyarakat sebagai penerima informasi membutuhkan beragam layanan informasi dengan kapasitas bandwidth yang lebar serta waktu akses informasi yang cepat. Hal tersebut membuka peluang kepada provider-provider penyedia layanan informasi untuk memberikan pelayanan-pelayanan berbagai macam informasi serta menjaga kehandalan dari jaringan. Karena dalam persaingan antar provider-provider penyedia layanan informasi yang semakin ketat dituntut untuk meningkatkan sistem transmisi dengan kualitas yang lebih baik lagi akibat dari tingginya permintaan akan sistem transmisi layanan informasi.

Perkembangan Teknologi Informasi yang pada awalnya melalui media surat menyurat berkembang melalui Media Telpon Koin ataupun Telpon Rumah, dan menggunakan Telpon bergerak tanpa kabel yang lebih di kenal dengan Handphone. Sejalan dengan perkembangan Informasi dan Komunikasi

saat ini pemenuhan kebutuhan tersebut dapat diperoleh melalui media yang lebih modern yaitu dengan memanfaatkan perkembangan Teknologi Internet.

Interconnected Network atau lebih akrab di sebut Internet merupakan salah satu perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang menawarkan sisi kecanggihan, kepraktisan dan kemudahan. Informasi tanpa batas dan akses yang semakin mudah di zaman modern diikuti dengan berkembangnya Teknologi Informasi membuat rasa ingin tau setiap individu terjawab dan komunikasi berjalan baik, mulai dari perusahaan, pemerintahan, organisasi, dan masyarakat indonesia menggunakan computer, gadget dan internet untuk mengakses berbagai informasi dan berkomunikasi dengan orang lain diseluruh indonesia.

Pembangunan dan perekonomian umum atau khususnya dibidang perindustrian serta perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang maupun jasa yang dapat dikonsumsi. Disamping globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi dalam negeri maupun luar negeri.<sup>3</sup>

Kondisi demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kedudukan konsumen akan barang atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis barang dan kualitas barang atau jasa sesuai keinginan dan kemampuan konsumen.

---

<sup>3</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2000, hlm. 9.

Tahap awal yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum mengonsumsi barang dan jasa yaitu dengan mencari informasi tentang produk tersebut. Informasi produk sangat penting bagi konsumen karena dengan informasi ini konsumen akan lebih berhati-hati mempergunakan dana yang tersedia untuk membeli produk yang sesuai kebutuhan contohnya pada pelaku usaha produk layanan first media. First media sebelumnya bernama PT.Broadband Multimedia adalah perusahaan publik indonesia yang terdaftar di bursa efek indonesia, first media menyediakan jasa layanan internet pita lebar, televisi kabel dan komunikasi data, yang secara keseluruhan diperkenalkan sebagai "Triple Play" pada tahun 2008 first media memiliki sekitar 150.000 pelanggan internet dan sekitar 130.000 pelanggan televisi.

Pelaku usaha ini mempromosikan produknya dengan cara mendatangi rumah warga serta menyebarkan brosur. Pada brosur yang mereka buat, tertera bahwa tarif promo awal internet speed 8Mbps unlimited quota + 116 chanel tv senilai Rp.199.000,- gratis pemasangan + kabel 40 meter, gratis registrasi, untuk tiga bulan. Sehingga Konsumen Tertarik, Namun, kenyataannya pada bulan-bulan berikutnya, tarif produk mereka semakin mahal serta tidak sesuai dengan kesepakatan awal dan kecepatan wifi-nya juga berkurang. Sehingga para konsumen yang mengonsumsi produk dari pelaku usaha ini mengeluh atau merasa dirugikan oleh mereka. Hal ini didasarkan atas wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa konsumen. Sedangkan konsumen dilindungi undang-undang nomor 8 tahun 1999 Tentang

Perlindungan konsumen Pasal 4 huruf c menyatakan:<sup>4</sup> ”Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”. serta Pasal 8 mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha angka 1 huruf F menyatakan:<sup>5</sup> ”tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”. Juga terdapat dalam Pasal 9 angka 1 huruf (a) dan (k) menyatakan:<sup>6</sup>”pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan atau seolah-olah: (a) barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu; dan yang (k) menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

serta juga Pasal 10 huruf a menyatakan:<sup>7</sup>”pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang tujuan untuk di perdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai”. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Pasal 12 menyatakan:<sup>8</sup>”pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan”. Untuk mengantisipasi

---

<sup>4</sup> *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Ps. 4 huruf c.

<sup>5</sup> *Ibid*, Ps. 8.

<sup>6</sup> *Ibid*, Ps. 9

<sup>7</sup> *Ibid*, Ps. 10.

<sup>8</sup> *Ibid*, Ps. 12.

masalah-masalah yang timbul, seharusnya pelaku usaha harus menjelaskan secara rinci tentang produk yang mereka tawarkan sehingga tidak ada konsumen yang merasa dirugikan serta dapat saling menguntungkan kedua belah pihak.

Berdasarkan uraian masalah tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **"Perlindungan Hukum Konsumen Atas Promosi Layanan Produk First Media Internet yang Merugikan Konsumen dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen"**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini serta agar lebih mengarah kepada pembahasan. Adapun permasalahan yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen atas promosi layanan produk first media internet di hubungkan dengan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha PT. First Media Internet atas promosi layanan produk first media internet?
3. Bagaimana upaya dari penyelesaian yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan atas promosi jasa layanan produk first media internet tersebut?

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan penelitian ini supaya memperoleh gambaran yang sesungguhnya mengenai proses pelaksanaan dan upaya hukum dalam hukum ekonomi internasional mengenai perlindungan konsumen. Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji bagaimana perlindungan hukum konsumen atas promosi produk layanan first media internet berdasarkan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha PT. First Media Internet atas promosi jasa layanan first media internet yang tidak sesuai dengan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
3. Untuk mengetahui upaya dari penyelesaian yang dapat di lakukan oleh konsumen yang di rugikan atas promosi jasa layanan produk first media internet.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan oleh penulis akan di peroleh hasil yang dapat memberikan kegunaan dan manfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan sarana dalam bidang ilmu hukum pada umumnya, khususnya pada hukum

perlindungan konsumen terutama mengenai konsumen yang menjadi korban kecurangan dari pelaku usaha.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi Pihak Pelaku Usaha

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan positif bagi pelaku usaha yang bergerak dalam bidang jasa layanan first media internet atas penetapan tarif yang telah merugikan konsumen.

### b. Bagi Konsumen

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian penambahan informasi dalam hal perlindungan konsumen dan juga sebagai sumbangan dalam memberikan informasi mengenai kecurangan para pelaku usaha dalam mempromosikan produk layanannya.

### c. Bagi Pemerintah

Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk memberikan masukan kepada pemerintah agar lebih melakukan pengawasan dan menertibkan pelaku usaha yang merugikan konsumen serta sebagai acuan untuk melindungi masyarakat secara lebih serius lagi agar mereka mendapatkan suatu kepastian hukum yang muthlak sehingga masyarakat merasa lebih diperhatikan oleh pemerintah.



## E. Kerangka Pemikiran

Indonesia adalah negara yang menjunjung nilai-nilai kemanusiaan yang adil dan beradab, juga menjunjung nilai-nilai keadilan sosial bagi seluruh rakyatnya, sesuai dengan Pancasila Sila Kedua dan Kelima. Tujuan Bangsa Indonesia itu sendiri tertuang didalam Landasan konstitusional Bangsa Indonesia yaitu Undang-Undang Dasar 1945 di dalam Amandemen ke 4 Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa "Kemanusiaan yang adil dan beradab menunjukkan pada identitas bangsa indonesia akan sikap adil dan sikap beradab. Adil dalam hubungan kemanusiaan adalah bersikap adil terhadap diri sendiri, terhadap sesama, dan terhadap tuhan. Beradab adalah terlaksananya semua unsur-unsur manusia yang monopluralis. Serta keadilan berasal dari kata adil yang antara lain artinya memberikan apa yang menjadi haknya, sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku, sesuai dengan kebenaran, kejujuran, serta ketentuan".

Dalam keadilan terdapat keseimbangan antara hak dan kewajiban. Jadi keadilan sosial berarti adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban didalam masyarakat. Keadilan sosial bagi seluruh rakyat indonesia berarti adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban didalam masyarakat indonesia. Berdasarkan alinea kedua Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, ditegaskan bahwa :<sup>9</sup>

"dan perjuangan pergerakan kemerdekaan Indonesia telah sampailah kepada saat yang berbahagia dengan selamat sentosa mengantarkan

---

<sup>9</sup> Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Serbajaya, Surabaya, 2009, hlm 3.

rakyat Indonesia ke depan pintu gerbang kemerdekaan Negara Indonesia, yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil dan makmur”.

Alinea kedua pembukaan Undang-undang Dasar 1945 ini, mengandung pokok pikiran ”adil dan makmur”. Adil dan makmur ini maksudnya memberikan keadilan dan kemakmuran seluruh rakyat Indonesia dalam berbagai sektor kehidupan. Sebagaimana dipahami bahwa tujuan hukum pada dasarnya adalah memberikan kesejahteraan bagi masyarakat. Konsep tersebut menjelaskan bahwa hukum memberikan kebahagiaan sebesar-besarnya kepada orang sebanyak-sebanyaknya, kebahagiaan dalam hal ini adalah pemenuhan hak-hak konsumen oleh promosi pelaku usaha produk layanan internet sebagaimana yang telah di atur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen untuk memberikan hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Selanjutnya Pembukaan Undang-Undang Dasar alinea keempat menyatakan bahwa:<sup>10</sup> ”kemudian dari pada itu untuk membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah Kemerdekaan Kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat

---

<sup>10</sup><https://www.google.com/search?q=alinea+ke+empat+undang-undang+dasar&oq=alinea+ke+empat+undang-undang+dasar&aqs=pdf>. diunduh pada 12 mei 2019, Pukul 21:30 Wib.

dengan berdasarkan Kepada Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab, Persatuan Indonesia dan Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan dan perwakilan, serta dengan mewujudkan suatu Keadilan sosial bagi seluruh rakyat indonesia”.

Alinea keempat pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 ini, mengandung pokok pikiran mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat indonesia yaitu dalam hal ini setiap korban pelanggaran hak, agar terciptanya kepastian hukum. Apabila negara tidak melakukan upaya-upaya konkret untuk melindungi korban pelanggaran hak, maka dapat dikatakan bahwa secara pasif negara merestui perbuatan-perbuatan pelanggaran hak. Pembukaan alinea keempat ini juga menjelaskan tentang pancasila yang terdiri dari lima sila yang menyangkut keseimbangan kepentingan, baik kepentingan individu, masyarakat maupun penguasa. Pancasila secara substansial merupakan konsep yang luhur dan murni.

Luhur karena mencerminkan nilai-nilai bangsa yang diwariskan turun temurun dan abstrak. Murni karena kedalaman substansi yang menyangkut beberapa aspek pokok, baik agamis, ekonomi, sosial dan budaya yang memiliki corak partikular. Amanat dalam alinea keempat tersebut merupakan konsekuensi hukum yang mengharuskan pemerintah tidak hanya melaksanakan tugas pemerintah saja, melainkan juga pelayanan hukum melalui pembangunan nasional.

Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa "Negara Indonesia adalah negara hukum".<sup>11</sup> Suatu peraturan hukum yang berisi hak dan kewajiban tentunya harus di terapkan dalam pergaulan kehidupan bermasyarakat, agar tercapai tujuan ketertiban, kedamaian serta keadilan. Pelaksanaan hukum dapat terjadi secara normal, damai, tanpa menyebabkan sengketa dan hukum yang telah dilanggar harus ditegaskan kembali.

Berdasarkan asas konkordansi, dimana kaidah hukum yang berlaku di negeri Belanda akan berlaku juga di Negara jajahannya, membuat perkembangan hukum dalam sejarah Indonesia sangat terpengaruh oleh perkembangan hukum di Belanda, termasuk ke dalamnya, yaitu mengenai perbuatan melawan hukum.<sup>12</sup> Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) Tentang Perbuatan Melawan Hukum, menyatakan bahwa: "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut".

Unsur-unsur dari Perbuatan Melawan Hukum (PMH) tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Perbuatan yang melawan hukum (*Onrechtmatigedaad*);
2. Harus ada kesalahan;
3. Harus ada kerugian yang ditimbulkan; dan

---

<sup>11</sup> S. Sumarsono, *Pendidikan Kewarganegaraan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005, hlm. 47.

<sup>12</sup> Munir Fuady, *Perbuatan Melawan Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002, hlm. 29.

4. Adanya hubungan causal antara perbuatan dan kerugian.<sup>13</sup>

Promosi pelaku usaha produk layanan first media internet atas penetapan tarif yang merugikan konsumen dengan tujuan mencari keuntungan lebih sehingga mengorbankan hak-hak konsumen untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan nyaman sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Pengertian konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk layanan yang diserahkan kepada mereka dari pelaku usaha (pengusaha), yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa layanan internet untuk di pakai dan tidak untuk di perdagangkan atau di perjual belikan.<sup>14</sup> Menurut Az. Nasution menegaskan yakni konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa dipergunakan untuk keperluan tertentu.<sup>15</sup>

Istilah konsumen juga dapat kita temukan dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Secara yuridis formal pengertian konsumen ada dalam Pasal 1 angka 2 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam pasal tersebut dikatakan bahwa “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen:

---

<sup>13</sup> Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 2006,

<sup>14</sup> Janus Sidabolak, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia, 2014*, hlm. 17.

<sup>15</sup> Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, hlm. 13.

1. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” disini tidak dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum yang lazim disebut sebagai *rechtspersoon*. Oleh karena itu yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna yang lebih luas dari pada badan hukum.

2. Pemakai

Kata “pemakai” dalam bunyi penjelasan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diartikan sebagai konsumen akhir.

3. Barang dan/atau jasa

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

4. Yang tersedia dalam masyarakat

Barang/jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia dipasaran. Namun, di era perdagangan sekarang ini, syarat

mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat sebagai konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (developer) perumahan telah bisa mengadakan transaksi konsumen tertentu seperti futures trading dimana keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan suatu yang diutamakan.

5. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain.

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

6. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya (keperluan non komersial).

Secara umum sejarah gerakan perlindungan konsumen dapat di bagi dalam empat tahapan.<sup>16</sup>

1. Tahapan I (1881-1914)

Kurun waktu ini titik awal munculnya kesadaran masyarakat untuk melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, histeria massal akibat novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang

---

<sup>16</sup> C. Tantri dan Sularsi, makalah "Gerakan Organisasi Konsumen, YLKI dan *The Asia Foundation*, Jakarta, 1995, hlm. 3-4.

menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang sangat tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

2. Tahapan II (1920-1940)

Pada kurun waktu ini muncul pula buku berjudul *Your Money's Worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu menggugah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual beli. Pada kurun waktu ini muncul slogan: *Fair deal, best buy*.

3. Tahapan III (1950-1960)

Pada dekade 1950-an ini muncul keinginan untuk mempersatukan gerakan perlindungan konsumen dalam lingkup internasional. Dengan diprakarsai oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Australia, dan Belgia, pada 1 April 1960 berdirilah *Internasional Organization of Consumer Union*. Semula organisasi ini berpusat di Den Haag, Belanda, lalu pindah ke London, Inggris, pada 1993. Dua tahun kemudian IOCU mengubah namanya menjadi *Consumen Internasional (CI)*.

4. Tahapan IV (pasca-1965)

Pasca 1965 sebagai masa pematapan gerakan perlindungan konsumen, baik di tingkat regional maupun internasional. Sampai saat ini dibentuk lima kantor regional, yakni Amerika Latin dan Karibia berpusat di Cile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa Timur dan Tengah berpusat di Inggris dan negara-negara maju juga berpusat di London, Inggris.



Setelah membahas pengertian konsumen dan sejarahnya secara ringkas maka Konsumen dalam hal ini adalah sebagai pengguna promosi jasa layanan internet yang di ciptakan oleh pelaku usaha yang mempunyai hak dan untuk mendapatkan informasi dan pelayanan mengenai promosi tarif first media internet mengenai jaminan kualitas dan tarif tetap pembayaran dari internet yang telah dibuat pelaku usaha (pengusaha). Begitu pula sebaliknya pelaku usaha yang mempunyai hak untuk mendapatkan pembayaran atas jasa layanan yang telah digunakan oleh konsumen dalam hal ini adalah pembayaran bulanan dari konsumen sebagaimana telah di sepakati dan di tetapkan tanggal pembayarannya. Pengertian dari Perlindungan Konsumen disini adalah sebagai mana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen".

Maka berdasarkan pasal diatas, konsumen berhak untuk mendapatkan perlindungan apabila terjadi hal-hal yang dapat merugikan dirinya baik dari segi hukum serta tanggung jawab dari pelaku usaha. Yang dimaksud pelaku usaha dalam Pasal 1 Ayat (3) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen, yaitu :

"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”.

Dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdapat 5 asas perlindungan konsumen, yaitu:

1. Asas Manfaat Maksud asas ini adalah untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas Keadilan Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas Keseimbangan Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material dan spritual.
4. Asas Keamanan dan keselamatan konsumen Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Asas Kepastian Hukum Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju, perubahan sangat cepat dengan diimbangi ilmu pengetahuan maka sebuah teknologi informasi tidak kalah kemajuannya dalam perkembangan teknologi informasi sangatlah berguna bagi kemajuan organisasi maupun pribadi, dan hal ini teknologi informasi dapat mempermudah pekerjaan. Pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dan cepat sesuai dengan deadline yang diberikan oleh organisasi kepada para anggota organisasi melalui sebuah perilaku individu. Sebaik apapun mutu sebuah produk, semenarik apapun bentuk rupanya atau sebesar apapun manfaatnya, jika tidak ada orang yang mengetahui tentang keberadaannya, maka mustahil produk tersebut tidak akan berhasil dipasarkan.

Sarana dan prasarana yang dibutuhkan secara efektif agar informasi mengenai hadirnya sebuah produk, dapat sampai kepada konsumen. Menurut Philip Kotler bauran Promosi (*promotional mix*) kombinasi strategi promosi yang paling baik, terdiri dari beberapa variabel yaitu Periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan penjualan.<sup>17</sup>

- a. Menginformasikan
- b. Membujuk
- c. Mengingat

Menurut Philip Kotler ada tiga manfaat promosi penjualan yaitu:<sup>18</sup>

1. Alat komunikasi Promosi penjualan menarik perhatian dan memberikan informasi yang dapat mengarahkan konsumen kepada produk bersangkutan.

---

<sup>17</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Pustaka Jaya, 2000, hlm. 49.

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm. 50.

2. Memberikan insentif Promosi penjualan menggabungkan sejumlah kebebasan, dorongan, atau kontribusi yang memberi nilai bagi konsumen.
3. Mengajak Promosi penjualan merupakan ajakan untuk melakukan transaksi pembelian sekarang.

Setelah memahami dan mengkaji mengenai promosi diatas maka untuk lebih melindungi dan meningkatkan kesadaran terhadap konsumen supaya tidak dirugikan baik antara pelaku usah dan konsumen sendiri harus lebih memahami betul tujuan dari perlindungan konsuemen tersebut agar tidak ada lagi konsumen maupun pelaku usaha yang merasa dirugikan. Tujuan dari perlindungan konusmen termuat dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan bahwa perlindungan konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekkses 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 unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pengusaha maupun konsumen selain mengetahui tujuan dari perlindungan konsumen tersebut juga harus memahami betul apa yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing, Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, menegaskan mengenai hak-hak konsumen berisi :

- 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 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 tidak sebagaimana mestinya.

Perlindungan terhadap konsumen masih sangat lemah, apalagi dalam perlindungan kenyamanan, keamanan serta keselamatan mengenai promosi pelaku usaha produk layanan first media internet atas penetapan tarif yang telah merugikan konsumen, hal ini terlihat dari semakin banyaknya konsumen pengguna first media internet yang mengeluh baik di masyarakat maupun di media sosial mengenai penetapan tarif yang tidak sesuai serta kenyamanan

pengguna mengenai kecepatan data yang tiba-tiba disaat konsumen menggunakannya mengalami kelambanan kecepatan dari internet tersebut dan sudah dipastikan konsumen itu terjadi setiap hari serta pada jam tertentu seperti pukul 17.00-19.00 dan pukul 05.00-07.00 ini diakibatkan dari ketidakjujuran serta kecurangan dari pelaku usaha sehingga mengabaikan hak-hak konsumen untuk kepentingan pribadi.

Pandangan mengenai hak-hak konsumen yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan juga dikemukakan oleh mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, yaitu :<sup>19</sup>

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*The Right to safe Products*).
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*The Right to be Selecting Products*).
3. Hak untuk memiliki (*The Right to Definite Choice in Selecting Products*).
4. Hak untuk didengar (*The Right to be Heard Regarding Consumer Interest*).

Pelanggaran hukum tidak hanya dapat menimpa kepada seseorang secara individu akan tetapi dapat pula menimpa sekelompok orang dalam jumlah besar atau masyarakat luas. Pelanggaran hak-hak konsumen oleh pelaku usaha, yaitu penetapan tarif yang tidak sesuai dengan harga promosi internet serta kecepatan data yang digunakan tidak sesuai dalam hal ini masyarakat sebagai konsumen sangat dirugikan. Hal ini dikarenakan pelanggaran hak-hak konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha, padahal pelaku usaha mempunyai tanggung jawab yaitu sebagaimana yang termuat dalam Pasal 7

---

<sup>19</sup> Gunawan Widjaja, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 27.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu menegaskan bahwa:

”kewajiban pelaku usaha adalah”:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan 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 diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/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.

Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan pemasaran usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hlm. 54.

Pelaku usaha dalam hal ini adalah PT. First Media sebagai penyedia jasa layanan internet pita lebar, televisi kabel dan komunikasi data yang secara keseluruhan diperkenalkan sebagai "*Triple Play*" seharusnya dalam melakukan promosi terhadap masyarakat harus lebih menjelaskan secara detail mengenai produk yang mereka pasarkan serta mengenai tarif yang tetap dan juga memberi keterangan mengenai kekurangan terhadap produk yang dipasarkan kepada konsumen secara lebih terbuka sehingga konsumen lebih jelas dan mengerti dan lebih memahami produk seperti apa yang mereka butuhkan baik individu atau keluarga yang menggunakan internet tersebut tidak salah faham, apabila terjadi suatu sengketa atau permasalahan terhadap produk tersebut maka produsen bertanggung jawab serta memberikan ganti rugi kepada konsumen sesuai keadaan yang terjadi.

perbuatan promosi pelaku usaha produk layanan first media internet atas penetapan tarif yang merugikan konsumen bertentangan dengan Pasal 8 Ayat (1) huruf f Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang menegaskan "Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha", yaitu :

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 neto, 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;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu pengguna/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 bersih 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.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai pertanggung jawaban produsen yang biasa disebut tanggung jawab produk (*Product Liability*) adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya kedalam peredaran yang menyebabkan kerugian atas iklan, promosi dan penjualan, yang pelanggaran atasnya melahirkan tanggung jawab mutlak.<sup>21</sup> Dan diatur dalam Undang-

---

<sup>21</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2000, hlm. 72.

undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19-28.

Untuk mengawasi dan melindungi konsumen dari promosi pelaku usaha produk layanan first media internet atas penetapan tarif yang merugikan konsumen berdasarkan Pasal 44 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada Ayat (2) menyatakan bahwa: "Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen".

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45 Ayat (1), yaitu :

"Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada dilingkungan pengadilan umum".

Berdasarkan uraian peraturan Undang-undang diatas dan kaitannya dengan permasalahan yang ditemukan dilapangan dalam kasus promosi pelaku usaha produk layanan first media internet atas penetapan tarif yang merugikan konsumen, berdasarkan hukum positif di Indonesia konsumen wajib mendapatkan perlindungan dan tanggung jawab dari pelaku usaha yang telah merugikan konsumen.

## **F. Metode Penelitian**

Penelitian bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan tentang suatu gejala, sehingga dapat merumuskan masalah serta memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam tentang suatu gejala, sehingga dapat merumuskan apa yang di

inginkan.<sup>22</sup> Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu dengan cara menganalisisnya.<sup>23</sup> Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Kecuali itu, maka juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul di dalam gejala yang bersangkutan.<sup>24</sup>

Pada penelitian hukum normatif, bahan perpustakaan merupakan data dasar yang digolongkan sebagai data sekunder. Data sekunder mempunyai ruang lingkup yang sangat luas, meliputi surat-surat pribadi, buku-buku harian, sampai pada dokumen-dokumen resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah.<sup>25</sup>

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **1. Spesifikasi Penelitian.**

Penelitian yang dilakukan penyusun dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu menggambarkan situasi atau peristiwa yang sedang diteliti dan kemudian dianalisis berdasarkan fakta-fakta berupa

---

<sup>15</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta, 2010, hlm. 9.

<sup>23</sup> Jujun S. Suria Sumantri, *Filsafat Ilmu Pengantar Populer*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 328.

<sup>24</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Pres, Jakarta, 1984, hlm. 43.

<sup>25</sup> Muhammad Abdul Kadir, *Hukum dan Penelitian Hukum Suatu Tinjauan Singkat*, Citra Aditya Bakti, Jakarta 2004, hal. 122.

data sekunder maupun data primer dengan bahan hukum tersier yang relevan dengan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Promosi Produk layanan First Media Internet yang Merugikan Konsumen.

## 2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis-Normatif, yaitu metode yang mempergunakan data sekunder sebagai data utama, yang didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta perbandingan pengaturan prinsip di negara lain yang relevan dengan perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dari Promosi Pelaku Usaha Produk Layanan First media Internet atas penetapan tarif. Ronny Hanitijo Soemitro memberikan pengertian dalam bukunya yaitu hukum dikonsepsikan sebagai norma, kaidah, asas, atau dogma-dogma. Penelitian diadakan untuk mengetahui, mengenal apakah dan bagaimana hukum positif mengenai suatu hal, peristiwa, atau masalah tertentu, yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder.<sup>26</sup>

## 3. Tahap Penelitian

Penelitian menggunakan dua tahap terdiri dari:

### a. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yang terdiri dari:

---

<sup>26</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm. 17.

1. Bahan-bahan hukum primer, yaitu pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen dari Promosi Pelaku Usaha produk Layanan First Media Internet atas Penetapan Tarif yang Merugikan Konsumen, yaitu kitab Undang-undang Hukum perdata, Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Amandemen ke-4, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Bahan-bahan hukum sekunder, yaitu yang terkait dengan perlindungan bagi konsumen dari Promosi Pelaku Usaha Produk Layanan First Media Internet atas Penetapan Tarif yang Merugikan Konsumen, ditulis oleh para ahli yang diperoleh dari buku-buku, serta internet.
3. Bahan-bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang diperoleh melalui Kamus Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan dimaksudkan untuk memperoleh data primer yang diperoleh, untuk mendapatkan korelasi dengan penelitian yang sedang dilakukan.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dalam penelitian ini dikumpulkan dan teknik yang dipergunakan dalam pengolahan data sekunder dan data primer tergantung pada teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dalam penelitian ini, adapun untuk memperoleh data bagi penelitian ini.<sup>27</sup> Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tahap:

- a. Studi Dokumen, yaitu data yang diteliti dalam penelitian berwujud data yang diperoleh melalui bahan-bahan kepustakaan dengan mempelajari materi-materi bacaan berupa literatur-literatur, catatan-catatan, peraturan perundang yang berlaku untuk memperoleh data sekunder yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dibahas. Dan melakukan penelitian terhadap dokumen-dokumen, dengan melakukan penelitian yang berhubungan dengan perlindungan hukum bagi konsumen dari Promosi Pelaku Usaha Produk Layanan First Media Internet atas Penetapan Tarif yang Merugikan Konsumen.
- b. Wawancara yaitu untuk mendukung studi kepustakaan dengan melalalui *interview* secara lisan.
- c. Alat pengumpul data dalam penelitian lapangan berupa daftar pertanyaan untuk wawancara dengan subjek terkait mengenai permasalahan-permasalahan secara lisan, kemudian direkam melalui alat perekam suara seperti handphone atau kamera dan

---

<sup>27</sup> *Ibid*, hlm. 107.

diarsipkan menjadi satu kedalam *flasdik* serta laptop guna untuk mempermudah pengumpulan data yang di teliti.

## 5. Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian dalam rangka memberikan jawaban terhadap masalah yang diteliti.<sup>28</sup> Data yang diperoleh baik dari penelitian kepustakaan maupun dari data hasil penelitian lapangan akan dianalisis dengan menggunakan metode yuridis kualitatif yaitu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, data deskriptif yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis atau lisan dan juga perilakunya yang nyata.

Menurut Soerdjono Soekanto<sup>29</sup> Analisis yang diteliti dan dipelajari adalah obyek penelitian yang utuh yang bertujuan untuk mengerti dan memahami melalui pengelompokkan dan penyeleksian data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori, asas-asas, dan kaidah-kaidah hukum yang diperoleh dari studi kepustakaan sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang dirumuskan. Merugikan Konsumen dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>28</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hlm. 103.

<sup>29</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Op.Cit, hlm 228.

Menurut Bambang Sunggono Kerangka Berfikir deduktif dan induktif akan membantu sebuah penelitian, khususnya dalam taraf konsistensi serta konseptual dengan prosedur dan tata cara sebagaimana yang telah ditetapkan oleh asas-asas yang berlaku umum dalam perundang-undangan.<sup>30</sup> Mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Promosi Layanan Produk First Media Internet yang Merugikan Konsumen dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## **6. Lokasi Penelitian**

### **a. Penelitian Kepustakaan Meliputi:**

1. Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Pasundan Bandung, Jalan Lengkong Dalam No. 68 Bandung.
2. Perpustakaan Mochtar Kusumaatmadja, Universitas Padjadjaran, Jalan Dipatiukur No. 35 Bandung.

### **b. Penelitian Lapangan**

Kota Bandung, Kecamatan Cibeunying Kaler, Kelurahan Sukaluyu  
Kode Pos 40123 Jalan Jalaprang, Kompleks Perumnas sukaluyu 1.

---

<sup>30</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum Suatu Pengantar*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 19.