



**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENGGUNA JASA PENYIARAN
BERLANGGANAN (TV BERLANGGANAN) DENGAN PERUBAHAN
HARGA PAKET BERLANGGANAN SECARA SEPIHAK OLEH
LEMBAGA PENYIARAN BERLANGGANAN**

Ayu Permata Sari*, Suradi, Aminah

Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro

E-mail : ayupermata.ap@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi mendorong masyarakat untuk mendapat informasi secara cepat. Hal tersebutpun membuat pertelevisian di Indonesia berkembang pesat sehingga muncul televisi berbayar yang sangat diminati oleh konsumen, untuk berlangganan televisi berbayar konsumen harus menyetujui perjanjian baku yang telah dibuat oleh lembaga penyiaran berlangganan selaku pelaku usaha. Perjanjian tersebut merupakan perjanjian timbal balik yang pada dasarnya menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Perjanjian baku yang dibuat oleh pelaku usaha terkadang mengenyampingkan kepentingan konsumen hal tersebut dapat dilihat dari pencantuman klausula baku yang dilarang oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang terdapat pada perjanjian tersebut. Konsumen yang dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha yang bertentangan dengan perjanjian dapat melakukan upaya perlindungan konsumen baik melalui jalur hukum ataupun non-hukum.

Kata Kunci : Perlindungan Konsumen, Lembaga Penyiaran Berlangganan, Perubahan Harga Secara Sepihak

Abstract

Technology development encourages the society to get informations swiftly. Yet it makes television industry in Indonesia growing rapidly so that it created pay TV which is in demand by the consumers these days. To subscribe to the pay TV, The consumers need to approve a formal agreement which has been made by the subscription broadcasting institution as the subject business. That agreement is a reciprocal agreement which essentially creates rights and obligations to both parties. The formal agreements that is made by the subject business sometimes disregard the consumer interest, it can be seen from the inclusion of formal clauses which are actually prohibited by the consumer protection act that can be found in that agreement. The consumers which were harmed by businessman's behaviour that contrary to the agreement may undertake a consumer protection either in legal or non-legal ways.

Keywords: *Consumer Protection, Subscription Broadcasting Institution, Unilaterally Price Alteration*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin lama semakin meningkat dewasa ini membuat banyak bermunculan jenis-jenis teknologi terbaru dalam kehidupan kita, terlebih di era globalisasi ini yang segalanya dituntut untuk mendapatkan informasi secara cepat dan digital. Ditandai dengan munculnya berbagai perangkat elektronik yang serba canggih, seperti *netbook*, *smartphone*, dan televisi kabel, masyarakat di era modern ini sudah paham akan hal tersebut, segala arus informasi berjalan dengan sangat cepat dan beragam. Kebutuhan akan cepatnya informasi dapat dengan mudah di akses oleh masyarakat baik dari media cetak maupun media elektronik, hal ini juga juga memacu munculnya pembaharuan dari media-media elektronik.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menetapkan standar kualitas program siaran TV adalah 4.0, dengan skala 1 hingga 5. Program siaran disebut baik atau berkualitas, jika nilai skor indeksinya minimal 4.0. Survei periode ketiga bulan Juli-Agustus 2016 memperlihatkan, nilai indeks kualitas program siaran TV secara keseluruhan adalah 3,56. Angka ini memperlihatkan, secara umum kualitas program siaran TV masih di bawah standar kualitas yang ditetapkan KPI. Jika dibandingkan dengan survei yang dilakukan pada periode kedua (Mei-Juni 2016), hasil survei periode ketiga terdapat sedikit kenaikan angka indeks dari 3.40 menjadi 3.56.¹

¹ <https://www.kpi.go.id/> hasil survey KPI bersama 12 Perguruan Tinggi Juli 2016 diakses pada tanggal 18 November 2016

Kemunculan TV kabel, istilah populer dari stasiun televisi berbayar, memberikan alternatif pilihan saluran bagi masyarakat. Melalui TV kabel masyarakat bisa memilih siaran sesuai kebutuhan, mulai dari tayangan drama, hiburan, olahraga, ensiklopedia, hingga program kartun bagi anak-anak. Saat ini, jumlah stasiun televisi berbayar mencapai 1,26 persen dari seluruh stasiun televisi yang ada di Indonesia.

Masyarakat sebagai konsumen harus mematuhi syarat dan ketentuan yang berlaku yang tercantum dalam perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Perjanjian tersebut menjadi dasar perikatan antara kedua belah pihak yang menimbulkan hak dan kewajiban antara kedua belah pihak. Perjanjian yang dilakukan antara konsumen dengan lembaga penyiaran berlangganan selaku pelaku usaha merupakan perjanjian yang baku yang telah disiapkan oleh pelaku usaha, perjanjian baku tersebut digunakan untuk menghemat waktu dan juga biaya tetapi terkadang hal tersebut juga membuat kepentingan konsumen terabaikan oleh pelaku usaha.

Dalam perjanjian tersebut juga terkadang ditemukan adanya penggunaan klausula baku yang dilarang dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sehingga membuat para konsumen dirugikan oleh klausula tersebut tetapi karena konsumen sebagai pihak yang lebih lemah tidak dapat melakukan apa-apa.

Seperti yang dialami salah satu konsumen lembaga penyiaran berlangganan bernama Suhendri yang berdomisili di Kota Tangerang

Banten, Suhendri mengeluhkan atas terjadinya perubahan harga tagihan yang tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan terdahulu. Dalam perubahan harga tagihan tersebut juga dilakukan tanpa adanya persetujuan maupun penjelasan dari pihak Big TV selaku lembaga penyiaran berlangganan sehingga hal tersebut dinilai sangat merugikan Suhendri selaku konsumen.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dari Rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman, dan segala kebutuhan diantara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut, dalam hal ini pemberdayaan konsumen dilakukan dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai efek negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa kebutuhannya, disamping itu, juga kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian yang timbul karena kerugian harta bendanya, keselamatan/kesehatan

tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.²

Sesuai dengan apa yang tertulis di atas penulis tertarik untuk menyusun penulisan hukum yang mengangkat judul “Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Penyiaran Berlangganan (TV Berlangganan) Dengan Perubahan Harga Paket Berlangganan Secara Sepihak Oleh Lembaga Penyiaran Berlangganan.”

A. Rumusan Masalah

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

1. Apakah dalam perjanjian antara lembaga penyiaran berlangganan dengan konsumen tersebut terdapat pencantuman klausula baku yang dilarang dalam Pasal 18 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang merasa dirugikan dengan adanya perubahan harga secara sepihak yang dilakukan penyedia jasa televisi berlangganan?

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dalam perjanjian yang dilakukan oleh lembaga penyiaran berlangganan dengan konsumen terdapat pencantuman klausula baku yang dilarang dalam Undang-

² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, PT. Diadit Media, Jakarta, 2007. Hlm. 39.

Undang No.8 Tahun 1999
tentang Perlindungan
Konsumen.

2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen pengguna jasa penyiaran berlangganan dalam perubahan harga yang dilakukan secara sepihak oleh Lembaga Penyiaran Berlangganan.

II. METODE

Metode pendekatan yang dipergunakan oleh penulis dalam penulisan hukum ini adalah yuridis normatif. Dimana pendekatan yuridis adalah pendekatan yang mengacu pada hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan pendekatan normatif, adalah pendekatan yang dilakukan terhadap azas-azas hukum serta studi kasus yang dengan kata lain sering disebut sebagai penelitian hukum kepastakaan.

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penulisan hukum ini adalah deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan secara lengkap tentang ciri, keadaan, perilaku individu atau kelompok serta gejala berdasarkan fakta yang sebagaimana adanya mengenai peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan di atas.

Data yang digunakan adalah data sekunder yang mencakup bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, bahan hukum sekunder yaitu bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu

menganalisa dan memahami bahan hukum primer.

Seluruh data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu metode yang menganalisis terhadap data kualitatif yaitu data-data yang terdiri dari rangkaian kata-kata. Dengan menganalisis data yang telah terkumpul tersebut, kemudian diuraikan dan dihubungkan antara data yang satu dengan data yang lainnya secara sistematis, pada akhirnya disusun atau disajikan dalam bentuk penulisan hukum.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan TV berlangganan saat ini sangat menjadi hal yang diminati oleh banyak orang selain memudahkan dalam mendapatkan informasi juga orang dimudahkan untuk menikmati hiburan lebih banyak selain itu cara pendaftaran yang semakin mudah juga menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan banyak orang selaku konsumen. Seperti halnya untuk menjadi konsumen TV berlangganan IMTV dengan nama dagang dipasaran Big TV, ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk berlangganan salah satunya dengan menghubungi *call centre* Big TV atau melalui *e-mail* yang kemudian dilakukan pengisian data mulai data diri, lokasi pemasangan, serta paket apa yang ingin digunakan dan juga persetujuan untuk tunduk pada syarat dan ketentuan yang harus dipatuhi pelanggan Big TV selama berlangganan.

Pada surat terbuka yang dibuat melalui internet oleh Suhendri konsumen Big TV yang berdomisili di Tangerang Banten mengeluhkan akan adanya perubahan harga paket berlangganan yang tidak sesuai dengan perjanjian, Suhendri telah membayar biaya berlangganan untuk 1 (satu) tahun tetapi pada 2 bulan pertama ia mendapati tagihan yang harus dibayarkan kembali sedangkan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Kemudian Suhendri menghubungi *customer service* Big TV tetapi tidak diindahkan.

Secara prinsip, kontrak atau suatu perjanjian dibuat berdasarkan kesepakatan bebas antara dua pihak yang cakap melakukan perbuatan hukum, yang bertujuan melaksanakan prestasi yang diperjanjikan dalam kontrak, yang tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, dan kesusilaan. Namun, seringkali “kedudukan” dari kedua belah pihak dalam suatu negosiasi yang tidak seimbang, sehingga menimbulkan kontrak yang lebih menguntungkan saja. “kedudukan” satu pihak yang “lebih dominan” untuk memperoleh lebih banyak keuntungan daripada pihak lainnya dalam kontrak disebut dengan kontrak baku atau klausula baku.³

Dalam kegiatan bisnis barang dan jasa, kontrak baku telah lama menjadi suatu kebiasaan, yang makin lama dirasakan makin diperlukan, seiring dengan keberhasilan proses produksi massal. Melalui kontrak baku, dengan naskah (-naskah) akta yang untuk keperluan mana

sebelumnya telah dipersiapkan dalam jumlah yang “tidak tentu”.⁴

Dalam perundang-undangan di Indonesia pengertian mengenai klausula baku dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu dalam pasal 1 ayat (10) yang didefinisikan sebagai berikut :

“setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen”

Klausula baku juga memiliki batasan-batasan yang bersifat substantif dan teknis, hal tersebut termuat dalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, batasan sebagai berikut :

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila :

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha
- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen

³ J. Satrio. 1993. *Hukum Perikatan : Perikatan yang Lahir dari Undang-Undang*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 44.

⁴ E.H. Hondius. 1978. *“Syarat-syarat Baku dalam Hukum Kontrak”*, dalam Proyek Compendium , Compendium Hukum Belanda, “s-Gravenhage, Yayasan Kerjasama Ilmu Hukum Indonesia-Negeri Belanda, Jakarta, hlm. 140.

- c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen
- d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran
- e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen
- f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa
- g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya
- h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Dalam perjanjian tersebut ditemukan adanya klausula baku yang menyalahi aturan dalam undang-undang perlindungan konsumen yang mana pada pokoknya dalam klausula baku tersebut pelaku usaha dapat merubah ketentuan yang ada dan konsumen harus tunduk pada ketentuan baru

yang dibuat secara sepihak tersebut. Klausula tersebut juga bertentangan dengan asas ketentuan mengikat, yang biasanya asas ini juga dikenal dengan adagium *pacta sunt servanda*. Masing-masing pihak yang terikat dalam suatu perjanjian harus menghormati dan melaksanakan apa yang telah mereka perjanjikan dan tidak boleh melakukan perbuatan yang menyimpang atau bertentangan dari perjanjian tersebut.⁵ Asas kekuatan mengikat dapat ditemukan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pada Pasal 1338 ayat 1 yang berbunyi :

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Sudah jelas sekali apa yang dilakukan pelaku usaha dengan mencantumkan klausula tersebut tidak mematuhi asas kekuatan mengikat karena telah melakukan penyimpangan terhadap perjanjian yang telah mengikat kedua pihak dengan melakukan perubahan harga tagihan secara sepihak.

Konsumen sebagai pihak yang lebih lemah masih memiliki perlindungan hukum dan ketika seorang konsumen merasakan kerugian dia masih dapat melakukan upaya perlingkungannya baik secara hukum maupun non hukum. Seperti dalam kasus yang dialami Suhendri, selaku konsumen hanya melakukan strategi ragam aksi (*miscellaneous*) padahal masih ada upaya perlindungan lain seperti :

⁵ Komariah, *Hukum Perdata*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2002, hlm. 174.

a. Strategi Nir Aksi (*Do nothing strategy*)⁶

Di dalam strategi ini konsumen memutuskan untuk tidak menuntut kesalahan pelaku usaha yang telah menimbulkan kerugian padanya, tetapi membiarkan dan menganggapnya sebagai pengalaman buruk. Dasar Pertimbangannya adalah bahwa berdasarkan *cost and benefit analysis* konsumen akan jauh lebih banyak mengalami kerugian apabila ia melakukan gugatan ganti rugi. Pertimbangan tersebut dapat didasarkan pada analisis kekuatan ekonomi, politik, budaya, maupun pertimbangan lainnya. Strategi ini terutama bersumber pada suatu sindrom yang disebut '*you can't fight the city hall*', karena *city hall* melambangkan kekuasaan yang tak tersentuh oleh masyarakat, dalam hal ini masyarakat konsumen. Dengan tidak melakukan tindakan apapun, maka konsumen telah melindungi dirinya sendiri dari kemungkinan timbulnya kerugian yang lebih besar, meskipun strategi ini pada saat sekarang dikenal sebagai suatu strategi masa lalu (*a way of the past*).

b. Peraturan Perundang-undangan (*Legislation*)

Konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dapat memperoleh perlindungan secara hukum,

apabila telah terdapat perangkat peraturan perundang-undangan yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak dalam berbagai bidang, misalnya tentang keamanan produk, perkreditan, perumahan, obat dan makanan, barang, dan terutama adalah peraturan perundang-undangan yang khusus mengatur perlindungan konsumen. Sejarah telah membuktikan bahwa peraturan perundang-undangan pada umumnya tidak atau kurang berpihak pada kepentingan perlindungan konsumen, melainkan justru berpihak pada kepentingan pelaku usaha. Di beberapa Negara keberpihakan pada kepentingan pelaku usaha dapat terjadi, karena relative cukup banyak peraturan perundang-undangan yang penyusunannya disponsori oleh pelaku usaha, dengan tujuan agar kepentingan pelaku usaha terlindungi oleh peraturan perundang-undangan tersebut. Selain itu, seringkali ditemukan peraturan perundang-undangan yang disusun dengan tingkat aplikasi yang rendah, sehingga memberi ruang gerak yang leluasa kepada para penegak hukum untuk menafsirkan sesuai dengan kepentingannya. Apabila hal ini terjadi, maka tidak tertutup kemungkinan bahwa para penegak hukum justru menggunakan keleluasaan tersebut untuk memperoleh manfaat pribadi dan bukan untuk kepentingan perlindungan konsumen.

⁶ Benny L. Kass, *Consumer Activist*, Balingen Publishing Company, 1976, hlm.177.

- c. Peradilan (*Litigation*) dan Di Luar Peradilan (*Non Litigation*)
Yang dimaksud dengan upaya perlindungan konsumen melalui peradilan dan di luar pengadilan adalah penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, yang terjadi karena pelaku usaha tidak bersedia secara sukarela memberikan ganti rugi terhadap konsumen yang telah mengalami kerugian. Akibatnya, dalam rangka memperoleh perlindungan secara hukum, konsumen menggugat ganti rugi kepada pelaku usaha baik melalui peradilan (*litigation*) atau di luar peradilan (*non litigation*). Adapun yang dimaksud menyelesaikan sengketa konsumen melalui peradilan adalah bahwa konsumen menggugat ganti rugi kepada pelaku usaha melalui pengadilan, mulai pada pengadilan tingkat pertama sampai dengan tingkat akhir di mahkamah agung. Sedangkan yang dimaksud dengan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan adalah bahwa konsumen menggugat ganti rugi kepada pelaku usaha melalui badan atau lembaga non peradilan, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia. Badan atau lembaga semacam itu, pada umumnya menyelesaikan sengketa konsumen dengan tujuan mencapai ‘*win-win solution*’ melalui penggunaan metode mediasi (*mediation*), konsiliasi (*conciliation*), dan arbitrase (*arbitration*).
- Konsumen yang dapat mengajukan gugatan adalah konsumen individual, kelompok konsumen (*class action*), dan lembaga swadaya masyarakat bidang perlindungan konsumen. Perlu dikemukakan bahwa pada umumnya gugatan konsumen melalui badan atau lembaga non peradilan hanya dapat dilakukan oleh konsumen individual saja, sedangkan gugatan kelompok konsumen dan gugatan lembaga swadaya masyarakat bidang perlindungan konsumen hanya dapat diajukan melalui peradilan.
- d. Pengaturan Mandiri (*Voluntary Self Regulation*)
Upaya lain dalam perlindungan konsumen adalah pengaturan mandiri oleh pelaku usaha di dalam badan usahanya, dengan jalan menetapkan dan memberlakukan sendiri peraturan internal di dalam badan usaha tersebut. Sebagai contoh dapat dikemukakan pengaturan internal sebuah industry biscuit mengenai hal-hal yang wajib dilakukan pada berbagai tahap dalam proses produksi biscuit tersebut. Dalam manajemen produksi, proses ini disebut sebagai proses pengendalian mutu. Penetapan dan pemberlakuan peraturan internal badan usaha ini, pada gilirannya selain dapat melindungi konsumen dari barang dan/atau jasa yang dapat menimbulkan kerugian, juga akan memberi manfaat kepada pelaku usaha karena barang dan/atau jasa yang dihasilkannya

akan terjamin keamanannya apabila dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh konsumen. Keamanan barang dan/atau jasa ketika dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh konsumen tentu akan memberikan efek positif pada kegiatan promosi barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha. Artinya, semakin tinggi tingkat keamanan suatu barang dan/atau jasa, semakin tinggi pula kemungkinan barang dan/atau jasa tersebut dibeli oleh konsumen.

Selain itu pelaku usaha juga memiliki tanggung jawab kepada konsumennya dalam menjual barang/jasa. Secara teoritik, di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) diatur beberapa macam tanggung jawab (*liability*) sebagai berikut :⁷

1. *Contractual Liability*

Dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha (barang atau jasa) dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha didasari *Contractual Liability* (pertanggung jawaban kontraktual), yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha, atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau

memanfaatkan jasa yang diberikannya.

2. *Product Liability*

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *Product Liability* (pertanggung jawaban produk), yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*Strict Liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan.

3. *Professional Liability*

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tetapi prestasi pemberi jasa tersebut tidak terukur sehingga merupakan perjanjian ikhtiar (*inspanning sverbintenis*), maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *Professional Liability* (pertanggung jawaban profesional), yang menggunakan tanggung jawab perdata secara langsung (*Strict Liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan jasa yang diberikannya.

4. *Criminal Liability*

Dalam hal hubungan pelaku usaha dengan Negara dalam memelihara keselamatan dan keamanan masyarakat (baca : Konsumen), maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *Criminal Liability* (pertanggung jawaban pidana), yaitu tanggung jawab pidana dari pelaku usaha atas terganggunya keselamatan dan

⁷ Johannes Gunawan, "*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen*" *Jurnal Hukum Bisnis*, Jakarta : Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, 1999. Hal. 45-46.

keamanan masyarakat
(konsumen)

Dengan adanya upaya perlindungan konsumen jenis ragam aksi yang dipilih oleh Suhendri sebenarnya telah menimbulkan dampak lain kepada konsumen lainnya maupun Big TV selaku pelaku usaha, konsumen lain akan kehilangan kepercayaannya kepada Big TV dan merasa sedikit khawatir akan adanya perubahan peraturan sewaktu-waktu yang akan merugikan konsumen dikemudian hari. Dampak yang dirasakan oleh Big TV adalah Big TV selaku pelaku usaha akan sedikit kehilangan kepercayaannya dari konsumen baru yang ingin berlangganan Big TV sehingga mengurungkan niatnya untuk berlangganan Big TV dan hal tersebut sedikit banyak akan berpengaruh pada jumlah konsumen yang ada serta jumlah pendapatan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana tersebut diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian yang dilakukan antara Suhendri selaku konsumen dengan Big TV selaku pelaku usaha dapat dikatakan perjanjian baku secara sepihak dimana perjanjian tersebut telah dibuat oleh Big TV selaku pelaku usaha dan konsumen hanya menyetujuinya. Dalam klausula baku yang ada dalam perjanjian tersebut terdapat satu klausula baku yang diindikasikan melanggar Pasal 18 ayat (1) huruf g UUPK yang intinya konsumen harus mematuhi peraturan yang berupa aturan baru atau tambahan yang

dibuat oleh pelaku usaha selama konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya, selain itu klausula tersebut juga melanggar salah satu asas dalam perjanjian yaitu asas kekuatan mengikat, asas tersebut mengharuskan kedua belah pihak dalam perjanjian menghormati perjanjian tersebut dengan tidak melakukan sesuatu yang bertentangan dengan apa yang telah diperjanjikan sedangkan pihak Big TV selaku pelaku usaha melakukan perubahan harga secara sepihak.

Perlindungan hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan dengan perubahan harga secara sepihak oleh Big TV selaku pelaku usaha, Big TV yang bertindak sebagai lembaga penyiaran berlangganan harus memenuhi peraturan yang berlaku begitupun peraturan mengenai konsumen. Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan upaya perlindungan melalui jalur non hukum seperti nir aksi dan ragam aksi ataupun jalur hukum seperti peraturan perundang-undangan, peradilan ataupun diluar peradilan serta pengaturan mandiri. Konsumen dapat mengajukan gugatan terhadap kerugian yang dialaminya, khususnya pada kasus yang dialami Suhendri seharusnya dia dapat mengajukan gugatan melalui jalur peradilan maupun diluar peradilan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen seperti pada Pasal 45 UUPK.

Dengan adanya peraturan yang mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen secara khusus dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen seharusnya konsumen lebih berhati-hati lagi dalam membaca dan menyetujui sebuah perjanjian agar tidak merasa dirugikan dikemudian hari.

Bagi Pelaku usaha seharusnya dalam membuat suatu perjanjian tidak mencantumkan klausula baku yang dilarang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya untuk mementingkan kepentingannya sendiri karena hal tersebut sudah jelas dilarang dalam Pasal 18 UUPK.

Menurut penulis untuk masyarakat luas dalam menyelesaikan sengketa konsumen dapat menempuh cara sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang, hal ini dilakukan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang dan juga konsumen bisa memperoleh haknya secara utuh.

V. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Benny L. Kass, *Consumer Activist*, Balingen Publishing Company, 1976.

E.H. Hondius. 1978. "Syarat-syarat Baku dalam Hukum Kontrak", dalam Proyek Compendium , Compendium Hukum Belanda, "s-Gravenhage, Yayasan Kerjasama Ilmu Hukum Indonesia-Negeri Belanda, Jakarta.

J. Satrio. 1993. *Hukum Perikatan : Perikatan yang Lahir dari Undang-Undang*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Johannes, Gunawan, 1999, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen" *Jurnal Hukum Bisnis*, Jakarta : Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis.

Komariah, 2002, *Hukum Perdata*, Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.

B. Undang-Undang

Undang – Undang No. 8 Tahun 1999

Tentang Perlindungan Konsumen

Undang – Undang No.32 Tahun 2002

Tentang Penyiaran

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia

Nomor 41 Tahun 2012 tentang

Penyelenggaraan Penyiaran

Lembaga Penyiaran

Berlangganan Melalui Satelit,

Kabel, dan Terrestrial.

Peraturan Pemerintah Nomor 52

Tahun 2002 tentang

Penyelenggaraan Penyiaran

Lembaga Penyiaran

Berlangganan

C. Internet

<https://www.kpi.go.id/> hasil survey KPI bersama 12 Perguruan Tinggi Juli 2016 diakses pada tanggal 18 November 201