

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengaruh korporasi atau perusahaan yang begitu besar terhadap perekonomian nasional, disadari dan diakui oleh setiap bangsa dan negara manapun. Secara faktual mudah dipahami bahwa banyak pihak yang berkepentingan dengan aktifitas korporasi, bahkan strategi pembangunan ekonomi nasional pun sangat membutuhkan dukungan kemampuan korporasi-korporasi. Sehingga tidak perlu heran bila negara-negara maju seperti; Amerika Serikat, Jepang, Jerman, menjadikan korporasi-korporasi di negaranya sebagai bagian kekuatan penting untuk memenangkan kompetitifnya di pasar bebas.

Seperti diketahui perkembangan ekonomi, khususnya di bidang perdagangan antara negara dan industri telah menghasilkan berbagai macam barang dan jasa.¹ Globalisasi dan perdagangan bebas, didukung oleh kemajuan dalam teknologi telekomunikasi dan informatika, telah memungkinkan lebih banyak barang dan jasa bergerak melintasi batas negara, baik yang dibuat di luar negeri maupun di dalam negeri.² Semakin variatif barang dan/atau jasa membawa manfaat bagi konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhannya yang sesuai dengan kemampuan dan keinginan konsumen. Di sisi lain, perkembangan ekonomi menyebabkan konsumen menjadi subjek aktivitas bisnis dengan tujuan

¹ Indonesia (a), *Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN No. 3821, Penjelasan Umum Paragraf Kesatu.

² *Ibid*

menghasilkan keuntungan yang paling besar bagi perusahaan.³ Tidak dapat terelakkan lagi, ada ketidakseimbangan antara konsumen dan bisnis. Salah satu kelemahan konsumen utama adalah kurangnya kesadaran konsumen tentang hak mereka, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan konsumen.⁴ Meskipun dalam masyarakat terdapat jargon “pembeli adalah raja”, jargon tersebut tidak sepenuhnya tepat. Hal ini dikarenakan konsumen seringkali memiliki *bargaining position* yang lebih rendah daripada penjual.

Berdasarkan pemikiran seperti itu maka untuk kebesaran bangsa dan negara selain harus mewujudkan *good governance*, juga harus mewujudkan *good corporate governance*. Dengan *good corporate governance* perusahaan-perusahaan dibantu untuk dapat keluar dari krisis ekonomi dan juga bermanfaat dalam hal menghadapi globalisasi, mengikuti perkembangan ekonomi global dan pasar dunia yang sangat kompetitif. Suatu pengelolaan investasi atau perusahaan yang baik akan dibutuhkan tata kelola yang baik pula, dalam tata pemerintah biasa dikenal dengan konsep GG (*Good Governance*), GCG (*Good Corporate Governance*), GIG (*Good Investment Governance*). Sebenarnya kata kuncinya adalah itikad baik untuk mewujudkan tata kelola yang baik, perlunya pembaruan sikap dan perilaku birokrasi dalam melayani kepentingan umum.⁵ Selama 10 tahun terakhir ini istilah *Good Corporate Governance* kian populer, hal ini setidaknya terwujud dalam suatu keyakinan yaitu adanya krisis ekonomi dikawasan Asia dan Amerika Latin yang diyakini muncul karena kegagalan

³ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 1.

⁴ *Ibid.* hlm 2

⁵ Muhamad Sadi Is, *Hukum Perusahaan Di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2016), hlm.217

penerapan *Good Corporate Governance*⁶ Diantaranya, sistem hukum yang kurang tegas, standar akuntansi dan audit yang tidak konsisten, praktik perbankan yang lemah, serta pandangan *Board of Directors* (BOD) yang kurang peduli terhadap hak-hak pemegang saham minoritas. Sebagai sebuah konsep yang makin populer, *Good Corporate Governance* tidak memiliki definisi tunggal. Untuk memperoleh gambaran tentang pengertian *Good Corporate Governance* lihat definisi menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) : Bahwa *Corporate Governance* (CG) adalah sistem yang digunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan Serta mengatur pembagian tugas, hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan, termasuk para pemegang saham, dewan pengurus, para manajer dan semua anggota stakeholders non pemegang saham. *Corporate Governance* juga menyetujui ketentuan dan prosedur yang harus diperhatikan Dewan Pengurus dan Direksi dalam pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan kehidupan perusahaan⁷

Definisi menurut World Bank (Bank Dunia) GCG yaitu suatu penyelenggaraan manajemen pembangunan yang solid dan bertanggung jawab yang sejalan dengan prinsip demokrasi dan pasar yang efisien, penghindaran salah alokasi dana investasi, dan pencegahan korupsi baik secara politik maupun

⁶ Mas Achmad Daniri, *Good Corporate Governance Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*, (Jakarta: Ray Indonesia, 2005), hlm.3

⁷ Imam Sjahputra Tunggal dan Amin Widjaja Tunggal, *Membangun Good Corporate Governance (GCG)*, (Jakarta: Harvarindo, 2002), hlm.1

administratif, menjalankan disiplin anggaran serta penciptaan *legal and political framework* bagi tumbuhnya aktivitas usaha.⁸

Istilah *Good Corporate Governance* sering dedefinisikan sebagai sistem dan struktur yang mengatur hubungan antara manajemen dan pemilik suatu perusahaan. Pemilik yang dimaksud dalam pengertian ini tidak hanya pemilik mayoritas tetapi juga publik. Salah satu tujuan utama dari ditegakkannya *Corporate Governance* ialah menciptakan sistem yang dapat menjaga keseimbangan dalam pengendalian perusahaan sedemikian rupa sehingga mampu mengurangi peluang terjadinya kesalahan mengelola, menciptakan insentif bagi manajer untuk memaksimalkan produktivitas penggunaan aset sehingga menciptakan nilai tambah perusahaan yang optimal. Dalam rangka memperkuat sektor perusahaan Bank Dunia telah mendorong reformasi pelaksanaan *Corporate Governance*. Antara lain melalui kebijakan persaingan yang sehat.

Istilah *Governance* dalam konteks *Good Corporate Governance (GCG)* disebut sebagai tata pamong. Sedangkan *Corporate Governance (CG)* atau pengelolaan perusahaan, menurut Sutan Remi Sjahdeini adalah suatu konsep yang menyangkut struktur perseroan, pembagian tugas, pembagian kewenangan, pembagian beban tanggung jawab masing masing unsur dari struktur perseroan. Jadi, *Good Corporate Governance (GCG)* secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah

⁸ Eddi Wibowo, Eddi.dkk, *Memahami Good Corporate Government Governance & Good Corporate Governance*, (Jakarta: YPAPI, 2004), hlm.86

(*value added*) untuk semua *stakeholder*, baik itu *primary stakeholders* (investor, karyawan dan manajer, *supplier*, rekanan bisnis dan masyarakat) maupun *secondary stakeholders* (pemerintah, institusi bisnis, kelompok social kemasyarakatan, akademisi dan pesaing).⁹

Hampir semua kalangan sepakat bahwa penerapan GCG dalam sebuah korporasi merupakan sebuah keharusan. Namun demikian, pada dasarnya, penerapan prinsip-prinsip GCG merupakan sebuah pilihan. Karena GCG lebih merupakan etika bisnis dibandingkan suatu keharusan dalam penerapannya (*mandatory*). Lalu bagaimana prinsip-prinsip etik ini akan berjalan efektif pada korporasi-korporasi di Indonesia, padahal ia tidak mengandung sanksi yang jelas. Oleh karena itu, penerapan GCG perlu pengawal yang tegas, yaitu penegakan hukum secara konsisten dan berkelanjutan.

Dalam mendefinisikan *corporate governance*, penulis mengutip definisi yang diungkapkan oleh komite *Cadbury (Cadbury committee)* yang merupakan sebuah lembaga yang pertama kali dibentuk oleh *Bank of England* yang bertugas menyusun *corporate governance code*. Komite ini mendefinisikan *corporate governance* sebagai suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan, agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada *stakeholders*. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur manajer, pemegang saham dan

⁹ Sutan Remi Sjahdeini, *Good Governance :Antara Idealisme dan Kenyataan*, (Citra Aditya Bakti: Bandung, 2003), hlm.3

sebagainya.¹⁰ Di Indonesia, secara harfiah, *governance* kerap diterjemahkan sebagai “pengaturan.” Adapun dalam konteks GCG, *governance* sering juga disebut “tata pamong”. Namun tampaknya secara umum di kalangan pebisnis, istilah GCG diartikan tata kelola perusahaan, meskipun masih rancu dengan terminologi manajemen. Masih diperlukan kajian untuk mencari istilah yang tepat dalam bahasan Indonesia yang benar. Kemudian, “GCG” ini didefinisikan sebagai suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan (BOD, BOC, RUPS) guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, mempertimbangkan kepentingan stakeholder lain, berlandaskan peraturan perundangan dan norma yang berlaku. Dengan demikian *Good Corporate Governance* merupakan:

1. Suatu struktur yang mengatur pola hubungan harmonis tentang peran dewan komisaris, Direksi, Pemegang Saham dan Para *Stakeholder* lainnya;
2. Suatu sistem pengecekan dan perimbangan kewenangan atas pengendalian perusahaan yang dapat membatasi munculnya dua peluang, pengelolaan yang salah dan penyalahgunaan aset perusahaan;
3. Suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaian, berikut pengukuran kinerjanya.

Stijn Claessens menyatakan bahwa, pengertian tentang *corporate governance* dapat dimaksudkan dalam dua kategori. *Pertama*, lebih condong

¹⁰ Indra Surya & Ivan Yustiavandana, *Penerapan Good Corporate Governance (Mengesampingkan Hak-hak Istimewa Demi Kelangsungan Usaha)*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 25.

pada pola serangkaian perilaku perusahaan yang diukur melalui kinerja, pertumbuhan, struktur pembiayaan perlakuan terhadap para pemegang saham, dan *stakeholders*. Kedua, lebih melihat pada kerangka secara normatif, yaitu segala ketentuan hukum, system peradilan, pasar keuangan, dan sebagainya yang mempengaruhi perilaku perusahaan.¹¹ Pada dasarnya, pembuatan prinsip-prinsip GCG memiliki tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak dan kewajiban mereka. Secara umum, penerapan GCG secara konkret, memiliki tujuan terhadap perusahaan sebagai berikut:

1. Memudahkan akses terhadap investasi domestik maupun asing;
2. Mendapatkan *cost capital* yang lebih murah;
3. Memberikan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan;
4. Meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari *stakeholder* terhadap perusahaan;
5. Melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum.¹²

Di lain pihak, hukum senantiasa berkembang, sesuai dengan *living law* dalam masyarakat. Jika kepentingan masyarakat berkembang, harus diikuti pula dengan perkembangan hukum. Dengan kata lain, kebutuhan akan hukum dalam kehidupan masyarakat sejalan dengan perkembangan yang terjadi dalam

¹¹ *Ibid*, hlm. 26.

¹² *Ibid*, hlm. 68.

masyarakat itu sendiri. Dikaitkan dengan kedudukan konsumen yang semakin dirugikan dalam perkembangan perekonomian, terdapat suatu urgensi untuk mengatur permasalahan ini, sehingga muncul hukum yang melindungi pelanggan sebagai salah satu perkembangan hukum di Indonesia.

Seperti diketahui, telah banyak aturan hukum yang diterbitkan untuk menjadi rambu-rambu kinerja korporasi, seperti UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, tetapi aturan tersebut belum secara terperinci dan lengkap tentang perumusan indikator untuk dapat diwujudkannya *Good Corporate Governance* (GCG) bagi dunia usaha di Indonesia, terlebih-lebih dalam hal implementasinya di lapangan.

Perusahaan memiliki tanggung jawab secara penuh terhadap produk yang dikeluarkan sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku di suatu negara. Ketentuan tentang perlindungan konsumen termasuk di dalamnya. Di Indonesia telah terdapat hukum yang mengatur mengenai perlindungan untuk pelanggan, yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Prinsip *good corporate governance* yang penting terhadap masyarakat sebagai konsumen adalah prinsip tanggung jawab. Konsumen tidak memperhatikan bagaimana suatu perusahaan menjalankan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, atau prinsip kewajaran. Hal ini dikarenakan konsumen tidak memiliki kepentingan yang signifikan terhadap perusahaan, tidak seperti pemegang saham yang menanamkan modal. Bahkan pemberian informasi yang berlebih dapat

merugikan perusahaan karena digunakan secara salah oleh individu yang tidak bertanggung jawab.¹³

Dengan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional yang pesat, telah muncul berbagai macam barang dan jasa yang dapat dikonsumsi masyarakat. Ruang gerak transaksi barang dan jasa telah berkembang hingga melampaui batas negara berkat kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, bahkan penawaran suatu barang dan/atau jasa saat ini dapat dilakukan melalui dunia maya (*Internet*).¹⁴

Kondisi seperti ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk barang dan jasa dengan berbagai pilihan. Namun, fenomena ini membuat kedudukan konsumen dan produsen tidak seimbang, melemahkan konsumen. Karena bisnis berfokus pada pelanggan untuk menghasilkan keuntungan yang besar melalui strategi promosi dan taktik penjualan yang merugikan pelanggan.¹⁵

Kepentingan rakyat jelas terancam oleh ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi produsen. Produsen biasanya berlindung di balik perjanjian standar—atau perjanjian yang ditandatangani oleh kedua belah pihak—atau informasi yang diberikan produsen kepada konsumen. Hal ini melanda semua konsumen di seluruh dunia, bukan hanya di wilayah regional. Hukum

¹³ Surya dan Yustiavandana, *Penerapan Good Corporate Governance*, hlm. 103.

¹⁴ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Elektronik Pertama dan Terbesardi Indonesia, 2011, hlm.1-2.

¹⁵ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2003, hlm.12.

perlindungan konsumen adalah bidang baru dalam ilmu hukum karena kesadaran konsumen yang meningkat.

Di Indonesia, hukum perlindungan konsumen melindungi konsumen. Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan perlindungan konsumen sebagai "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Hukum adalah salah satu dari banyak aspek perlindungan konsumen. Hukum memiliki arti penting dalam masyarakat karena hukum selalu berubah seiring perkembangan masyarakat. Untuk melindungi kepentingan masyarakat, hukum berfungsi untuk mengatur kehidupan masyarakat. Hukum perlindungan konsumen adalah salah satu contoh undang-undang yang mendapat perhatian khusus. Dalam hal ini, pemerintah bertanggung jawab untuk mengatur, mengawasi, dan mengontrol agar sistem yang saling berhubungan bekerja sama dengan baik sehingga tujuan umum untuk mensejahterakan masyarakat dapat dicapai.¹⁶

Kelemahan utama konsumen adalah ketidaksadaran konsumen akan haknya, yang disebabkan oleh pendidikan yang kurang. Oleh karena itu, "Undang-Undang Perlindungan Konsumen" dibuat untuk memberi pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat yang melindungi konsumen landasan hukum

¹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm.3.

yang kuat untuk meningkatkan kemampuan konsumen melalui pendidikan dan pelatihan.

Pasal 4 dan 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen membahas Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen karena konsumen adalah pelaku usaha sering mengabaikan bahwa mereka adalah pihak dalam hubungan dan transaksi ekonomi. Akibatnya, hak konsumen harus dilindungi.¹⁷ Mengangkat harkat juga merupakan tujuan perlindungan konsumen. hidup dan martabat konsumen dengan cara menghindari penggunaan barang dan/atau jasa secara negatif.¹⁸

Adanya perlindungan hukum dan tanggung jawab yang sungguh-sungguh juga sangat diperlukan dari pelaku usaha untuk mengatasi masalah ketidakpuasan dan ketidaknyamanan yang dirasakan oleh konsumen dalam hal kualitas layanan yang ditawarkan. Setiap perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial, atau tanggung jawab korporasi, yang berarti bahwa mereka harus peduli dan berkomitmen moral terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari keuntungan atau kerugian mereka. Tanggung jawab sosial ini mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Selain melindungi tenaga kerja dan lingkungan, perusahaan juga harus melindungi pelanggan.¹⁹

Manusia memiliki banyak kebutuhan sebagai makhluk sosial. Kebutuhan tersebut dapat dibedakan menjadi tiga persyaratan: primer, sekunder, dan tersier.

¹⁷ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008, hlm.22.

¹⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010, hlm.48.

¹⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2016, hlm.18-19.

Dengan perkembangan zaman, kebutuhan manusia semakin beragam. Barang-barang yang pada awalnya tidak dibutuhkan menjadi semakin penting dan dibutuhkan, seperti televisi, ponsel, dan komputer. Sebagai makhluk sosial, komunikasi antar manusia tidak dapat dipisahkan. Dengan kata lain, untuk bertahan hidup, manusia harus selalu berinteraksi dengan orang lain.²⁰

Kebutuhan manusia yang sangat tinggi dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah antara satu manusia dengan manusia lainnya menjadi salah satu faktor pendorong timbulnya berbagai penyedia layanan jasa telekomunikasi, jasa informasi dan data, salah satunya adalah PT Telkom, yang merupakan BUMN dan penyedia jasa jaringan dan telekomunikasi terbesar di Indonesia. PT Telkom Indonesia menyediakan layanan telekomunikasi lengkap kepada jutaan pelanggan di Indonesia, termasuk yang mencakup komunikasi seluler, sambungan telepon kabel tidak bergerak dan nirkabel tidak bergerak, layanan jaringan dan interkoneksi, serta layanan internet dan komunikasi data.

PT. Telekomunikasi Indonesia juga menyediakan berbagai layanan informasi, media, dan pendidikan, seperti layanan manajemen cloud dan server, layanan pembayaran e-commerce, penganjur IT, dan layanan produk lainnya. Salah satu produk PT Telekomunikasi Indonesia, IndiHome (Indonesia Digital Home), menawarkan pelanggan layanan komunikasi dan data seperti telepon rumah (voice), internet (Internet on Fiber atau High Speed Internet), dan televisi

²⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi: Suatu Pengantar*, Cetakan Ke-23, Jakarta: Raja GrafindoPersada, 1996, hlm.124.

interaktif (USee TV Cable, IP TV). PT Telekomunikasi Indonesia menyebut IndiHome sebagai tiga layanan dalam satu paket (3-in-1).²¹

Konsumen yang ingin berlangganan akan diberikan kontrak berlangganan oleh PT. Telkom. Kontrak berlangganan Layanan IndiHome merupakan perjanjian baku yang dituangkan dalam bentuk formulir. Mariam Darus menjelaskan bahwa Perjanjian baku, juga disebut kontrak baku, adalah kontrak yang klausulnya ditetapkan atau dirancang oleh salah satu pihak.²²

Sesuai dengan pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, klausula baku mengacu pada setiap aturan, ketentuan, dan syarat yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha dan dimasukkan ke dalam dokumen atau perjanjian yang mengikat dan yang harus dipenuhi oleh konsumen. Dalam kasus ini, aturan tersebut disebut klausula baku. PT Telkom sebagai penyedia jasa dan masing-masing pihak—pelanggan atau pengguna jasa—mempunyai hak dan kewajiban yang diatur dalam kontrak saat kontrak dilaksanakan. PT. Telkom sebagai pihak yang menyediakan jasa dan memperoleh hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan jumlah harga yang disepakati jasa layanan dari pelanggan dan berkewajiban untuk memberikan layanan yang baik sesuai dengan kesepakatan. Sebaliknya konsumen atau pihak pengguna jasa tersebut mendapatkan haknya atas pembayaran yang telah

²¹ My-IndiHome, *Pengertian IndiHome*, <https://my-indihome.com/blog/apa-itu-indihome-kelebihan-kekurangan/amp/>, diakses pada tanggal 04 November 2020 pukul 17.07 WIB.

²² Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, hlm.39.

dilakukannya, namun pada pelaksanaan kontrak yang telah disepakati oleh kedua belah pihak tidak selalu mengikuti perkiraan.

Munculnya beberapa keluhan konsumen pelanggan IndiHome yang mendapatkan ketidakpuasan dan ketidaknyamanan dengan kualitas layanan yang diberikan, seperti masalah internet yang mengalami gangguan dan jaringan yang tidak stabil membuat konsumen pelanggan IndiHome merasa dirugikan karena tidak sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan seperti yang dialami oleh Yuyun Wahyuni (27 tahun) yang merupakan pengguna Indihome mengemukakan bahwa kendala internet di rumahnya itu kerap mati. Bahkan dalam kurung waktu tiga minggu nyaris setiap hari ia mengeluhkan layanan kepada operator melalui pengaduan online dan teknisi. Kendala internet yang dialaminya terus berulang, tidak hanya sekali. Bahkan dalam sehari internetnya bisa mati selama satu hingga delapan jam keatas. Yuyun menyesalkan apa yang dialami selama ini. Padahal, tanggungan yang dibayarkan kepada perusahaan pelat merah itu selalu tepat waktu. Namun, layanan internet justru mengecewakan. Yuyun juga mengeluhkan tidak adanya kompensasi yang diberikan oleh IndiHome, dikarenakan IndiHome hanya akan memberi kompensasi jika layanan internet tersebut mati sampai tiga hari. Adapun keluhan yang disampaikan oleh Ahmad Rizaldi selaku pelanggan layanan IndiHome Kota Bekasi mengungkapkan rasa kecewanya terhadap layanan pelanggan di 147. Dengan adanya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak berarti perjuangan telah selesai. Perekonomian semakin berkembang, permasalahan terkait dengan konsumen juga semakin kompleks. Meskipun telah

ada peraturan yang secara khusus mengatur, bukan berarti segala permasalahan perlindungan konsumen menjadi mudah diatasi. Persoalan kualitas produk yang rendah, penggunaan zat tambahan pangan yang dilarang atau tidak mengikuti dosis yang ditentukan, persoalan pembelian rumah ditinjau dari kualitas maupun masih saja sering terjadi.

Kepentingan masyarakat sebagai konsumen yang utama adalah mendapatkan produk barang dan jasa yang baik dengan harga yang pantas. Bukan hanya itu, masyarakat sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan yang layak. Prinsip GCG dapat diimplementasikan untuk memenuhi kepentingan ini adalah prinsip tanggung jawab yang merupakan wujud pertanggungjawaban dari suatu perusahaan untuk mematuhi dan menjalankan setiap aturan yang telah ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan tersebut, penulis akan mengangkat judul penulisan tesis **“ASPEK HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN PELANGGAN INDIHOME DALAM PENERAPAN PRINSIP - PRINSIP GOOD CORPORATE GOVERNANCE”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat beberapa permasalahan yang akan menjadi pokok penelitian dalam penulisan ini, antara lain:

1. Apakah konsumen Indihome sudah mendapatkan hak-haknya dalam hal pelayanan standar yang disepakati berdasarkan tarif/jaringan berdasarkan

prinsip-prinsip *good corporate governance* ?

2. Apakah pelaksanaan tanggungjawab Indihome sebagai pelaku usaha sudah sesuai dengan asas-asas perlindungan konsumen dalam penerapan prinsip - prinsip *good corporate governance* ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian hukum adalah kegiatan khusus dalam ilmu hukum, bukan hanya pengetahuan.²³ Di dalam penelitian hukum diperlukan suatu perumusan dalam penulisan. Perumusan tujuan penulisan selalu berkaitan erat dalam menjawab permasalahan yang menjadi fokus penulisan, sehingga penulisan yang dilaksanakan tetap terarah. Maksud dari penelitian ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan program Pascasarjana Magister Ilmu Hukum Universitas Kristen Indonesia. Adapun tujuan penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis hak – hak konsumen Indihome dalam hal pelayanan standar yang disepakati berdasarkan tarif/jaringan berdasarkan prinsip-prinsip *good corporate governance*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan tanggungjawab Indihome sebagai pelaku usaha sudah sesuai dengan asas-asas perlindungan konsumen dalam penerapan prinsip - prinsip *good corporate governance*.

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan praktis bagi pengembangan ilmu hukum baik secara umum dan khususnya hukum

²³Peter.M.Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Fakultas Hukum Airlangga, Surabaya, 2005) hlm. 60

perlindungan konsumen dan tentang hukum perusahaan. Secara praktis, diharapkan penelitian ini berguna untuk sektor usaha khususnya sektor pengembangan teknologi informasi, bagi pemerintah dan juga bagi masyarakat agar masyarakat dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang *good corporate governance* dan hukum perlindungan konsumen sekaligus menjadi pertimbangan untuk perbaikan dan penyempurnaan kebijakan maupun pengawasan dalam melakukan kegiatan usaha, khususnya usaha di bidang ritel.

Selain itu penelitian ini diharapkan juga memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha ritel, pihak akademisi dan praktisi hukum, pihak pengguna jasa bank, maupun masyarakat umum serta pihak lain yang peduli terhadap kegiatan usaha pelayanan teknologi informasi.

D. Kerangka Teori Dan Kerangka Konsepsional

1. Kerangka Teori

Teori hukum sehubungan dengan ruang lingkup dan fungsinya diartikan sebagai ilmu yang dalam perspektif interdisipliner dan eksternal secara kritis menganalisis berbagai aspek gejala hukum, baik dalam konsepsi teoritisnya maupun dalam kaitan keseluruhan, baik dalam konsepsi teoritis maupun manifestasi praktis, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih baik dan memberikan penjelasan sejernih mungkin tentang bahan hokum yang tersaji dan kegiatan yuridis dalam kenyataan masyarakat.²⁴

²⁴Valerin, J.L.K, *Metode Penelitian Hukum (Bagian I) Kumpulan Bacaan Untuk Program S-2*, Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2015

Pada tesis ini, penulis akan mengemukakan tiga teori sebagai pisau analisis untuk menjawab rumusan masalah yang ada dalam penulisan ini. Adapun teori-teori yang digunakan yaitu:

a. Teori Perlindungan Hukum

Salah satu teori yang sangat penting untuk dikaji adalah teori perlindungan hukum, karena fokus penelitian teori ini adalah perlindungan hukum yang diberikan kepada masyarakat. John Austin memberikan definisi hukum sebagai “peraturan yang diadakan untuk memberikan bimbingan kepada mahluk yang berkal oleh mahluk yang berkuasa atasnya”. Hukum merupakan perintah dari mereka yang memiliki otoritas tertinggi atau pemerintah. Austin menganggap hukum sebagai sistem tertutup, konsisten, dan logis. Menurutnya hukum yang sebenarnya mengandung empat unsur yaitu; perintah, sanksi, kewajiban, dan kedaulatan.²⁵

Hukum memberikan kekuasaan kepada seseorang untuk bertindak dalam rangka kepentingannya, melindungi kepentingannya. Kekuasaan didistribusikan secara terukur disebut sebagai hak. Antara hak dan kewajiban terdapat hubungan yang sangat erat. Suatu kepentingan adalah objek hak karena ia dilindungi oleh hukum dan diakui. Seperti diketahui, perlindungan hukum terhadap konsumen seringkali menjadi suatu permasalahan yang kadangkala belum mendapat tempat yang baik.

²⁵Munir fuady, *Teori-teori besar (grand theory) dalam hukum*, Kencana, Jakarta, 2013, hal 94-96

Menurut Satjipto Rahardjo Perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus dilakukan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat dari gangguan dan ancaman, termasuk hak asasi manusia yang dirugikan orang lain.²⁶

b. Teori Organ

Teori Organ yang dipelopori oleh Otto Von Gierke. Teori ini berpendapat bahwa badan hukum itu seperti manusia, sebagai suatu realita sesungguhnya sama seperti sifat kepribadian alam manusia yang ada di dalam pergaulan hukum. Dengan demikian, menurut teori organ, badan hukum juga mempunyai kehendak atau kemauan sendiri yang dibentuk melalui alat-alat perlengkapannya seperti pengurus atau anggota-anggotanya.

Saat ini dunia perekonomian berubah secara cepat ke arah system ekonomi global, lingkup persaingan menjadi global dan system ekonomi digerakan oleh inovasi dan pengetahuan (*economy based knowledge*). Fenomena social ekonomi menunjukkan pula terjadinya ketimpangan yang sangat besar antara negara maju dan negara berkembang/ miskin diukur dari asset dan output yang besar juga. Untuk menghadapi penguasaan ekonomi dunia oleh perusahaan trans dan multy nasional, bangsa Indonesia harus mengembangkan kewiraswastaan dan dunia usaha dan membina masyarakat agar dapat menyesuaikan diri terhadap dampak globalisasi

²⁶ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000), hlm.23.

tanpa kehilangan jati diri. Salah satu upaya kearah sosialisasi pengembangan kewiraswastaan dan dunia usaha adalah penerapan konsep *good corporate governance*.

c. Teori Kepastian Hukum

Teori kepastian hukum Menurut Utrecht, kepastian hukum memiliki dua definisi, yaitu: 1) Adanya aturan yang umum yang membuat orang tahu apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan; dan 2) Memberikan keamanan hukum bagi orang dari wewenang pemerintah karena aturan yang umum membuat orang tahu apa yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh negara terhadap mereka.²⁷

Indonesia adalah Negara hukum sebagaimana telah diatur dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi :

“ Indonesia adalah negara hukum, dan prinsip utamanya adalah persamaan hukum. Dalam bahasa Inggris, perlindungan hukum disebut sebagai perlindungan hukum, sedangkan dalam bahasa Belanda, perlindungan hukum disebut sebagai *rechtsbecherming*.

Pada hakikatnya di Indonesia, kebijakan perlindungan konsumen didasarkan pada dua instrumen hukum penting. Yang pertama, Undang-Undang Dasar 1945, yang menjadi dasar dari seluruh hukum negara, menetapkan bahwa tujuan pembangunan bangsa adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Sistem pembangunan ekonomi yang

²⁷ Riduan Syahrani, *Rangkuman Intisari Ilmu Hukum*, (Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999), hlm.23.

demokratis digunakan untuk mencapai tujuan pembangunan nasional yang memungkinkan pertumbuhan dan pengembangan dunia yang menghasilkan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi oleh orang-orang. Kedua, Undang-Undang Nomer 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan keluarnya Undang-Undang ini, masyarakat Indonesia dapat memperoleh perlindungan atas kerugian yang diderita saat bertransaksi dengan barang dan jasa. UUPK memberikan konsumen perlindungan hukum.²⁸

Berkaitan dengan penerapan *good corporate governance* di perusahaan ritel, maka hukum berperan sebagai pedoman dalam pelaksanaan tersebut. Usaha ritel merupakan suatu badan usaha yang dapat melakukan perbuatan hukum yang mempunyai hak dan kewajiban sebagai subyek hukum. Perbuatan hukum yang dilakukan oleh perusahaan dalam kasus ini didasarkan pada segala peraturan yang berisi tentang kegiatan usaha maupun tentang perlindungan konsumen.

2. Kerangka Konseptual

Konsep hukum sangat dibutuhkan apabila kita mempelajari hukum. Konsep hukum pada dasarnya adalah batasan tentang suatu istilah tertentu. Tiap istilah ditetapkan arti dan batasan maknanya setajam dan sejelas mungkin yang dirumuskan dalam suatu definisi dan digunakan secara

²⁸ Marzuki Ahmad, *Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta, Media Indonesia, 2007), hlm. 8.

konsisten. Konsep yuridis (*legal concept*) yaitu konsep konstruktif dan sistematis yang digunakan untuk memahami suatu aturan hukum atau sistem aturan hukum.²⁹ Konsepsi adalah salah satu bagian terpenting yang diterjemahkan sebagai usaha membawa sesuatu dari abstrak menjadi suatu yang kongkrit, yang disebut dengan *operational definition*. Pentingnya definisi operasional adalah untuk menghindarkan perbedaan pengertian atau penafsiran mendua (*dua bias*) dari suatu istilah yang dipakai untuk dapat ditemukan suatu kebenaran dengan substansi yang diperlukan. agar diperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. Konsep dasar tentang "Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pelanggan IndiHome Dalam Penerapan Prinsip – Prinsip *Good Corporate Governance*", terdiri dari:

a. *Good Corporate Governance* (GCG)

GCG secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Selain itu, GCG dapat didefinisikan sebagai tata kelola perusahaan yang memberikan jaminan berlansungnya sistem dan proses pengambilan keputusan organ perusahaan berlandaskan pada prinsip keadilan, transparan, bertanggung jawab, dan akuntabel. Dalam proses pengambilan keputusan, organ perusahaan ini juga sangat terkait dengan pemangku

²⁹ Asrian wijayanti, *hukum ketenaga kerjaan pasca reformasi*, (Sinar Grafika, Jakarta, 2009), hlm.3.

kepentingan perusahaan, seperti konsumen, masyarakat, pemerintah, pemasok, media dan lembaga swadaya masyarakat.

b. Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Indonesia mengatur perlindungan konsumen. UUPK mengatur perlindungan konsumen dalam dua aspek: (1) perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati; dan (2) perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati. Dalam Pasal 1 UUPK, mengindikasikan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala bentuk upaya pemerintah untuk menjamin kepastian hukum untuk melindungi konsumen. Tujuan dari UUPK adalah untuk melindungi kepentingan konsumen ketika bertransaksi yang sekaligus dapat menjadi acuan pelaku usaha untuk dapat meningkatkan mutu produk yang dijualnya.

c. Hukum Perlindungan Konsumen

Sementara hukum konsumen mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang atau jasa, hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang mencakup asas-asas dan prinsip yang bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen. Hukum perlindungan konsumen merupakan upaya hukum untuk melindungi konsumen (warga negara) dari perbuatan curang oknum pelaku usaha baik dari dalam negeri maupun dari negara

lain. Jadi, hukum perlindungan konsumen merupakan upaya kongkrit yang dilakukan oleh negara dan pemerintah untuk melindungi konsumen (warga negara) sebagaimana amanah dari konsepsi negara hukum kesejahteraan yang termuat dalam amanah konstitusi UUD 1945.

E. Metode Penelitian

Penelitian adalah kegiatan ilmiah yang melibatkan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis, dan konsisten.³⁰ Metodologis berarti sesuai dengan metode atau cara tertentu, sistematis berarti berdasarkan suatu sistem, dan konsisten berarti tidak ada hal-hal yang bertentangan dalam suatu kerangka tertentu.³¹ Adapun metode penelitian yang akan digunakan penulis yaitu:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dapat ditinjau dari pelbagai macam sudut maka hasilnya adalah adanya bermacam-macam penelitian.³² Penelitian yuridis normatif melihat hukum yang diputuskan oleh hakim dalam proses pengadilan dengan melihat data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan-bahan ini disusun, dianalisis, dan kemudian ditarik kesimpulan tentang masalah yang diteliti.

³⁰ Soejono Soekanto, *Op cit*, hlm. 42

³¹ *Ibid*, hlm. 43

³² *Ibid*, hlm. 50

2. Jenis data dan sumber penelitian

Dalam penelitian, biasanya ada perbedaan antara data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat (mengenai perilakunya, atau data empiris) dan bahan pustaka. Data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat disebut data primer atau data dasar, dan yang diperoleh dari bahan pustaka disebut data sekunder.³³ Dalam penelitian ini data sekunder, atau data yang sudah tersedia dengan bahan hukumnya, akan digunakan:

a. Bahan hukum primer

Dengan kata lain, sumber hukum, seperti peraturan yang berlaku dan relevan dengan tulisan ini, adalah:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
- 2) Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

b. Bahan hukum sekunder

Lebih tepatnya, bahan hukum yang menjelaskan bahan hukum utama, yang terdiri dari:

- 1) Bahan kepustakaan berupa buku-buku tentang hukum yang berkaitan dengan penulisan ini.
- 2) Hasil-hasil penelitian hukum yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan *good corporate governance* dan

³³ *Ibid*, hlm.51

3) Artikel dari media baik media cetak maupun media online termasuk ulasan dalam majalah atau jurnal hukum yang berhubungan dengan tema atau judul penulisan hukum ini.

c. Bahan hukum tersier

Dalam arti lain, bahan yang memberikan arahan dan penjelasan tentang bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus dan ensiklopedia.

3. Teknik pengumpulan data.

Dalam penulisan ini, penulis akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dua jenis alat pengumpulan data yaitu:

- 1) Studi dokumen atau bahan pustaka yaitu suatu alat pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan cara menelaah bacaan yang memiliki hubungan permasalahan di bidang perbankan.
- 2) Wawancara yaitu dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dengan penulisan ini yang dapat memberikan keterangan terkait rumusan masalah yang terdapat dalam penulisan ini.

4. Analisis Data

Analisis data yang akan dipergunakan dalam penulisan ini yaitu analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif merupakan analisis penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan dan menjelaskan kualitas dari suatu penelitian, yang dilakukan dengan cara menjelaskan dengan kalimat sendiri berdasarkan data yang ada, baik primer,

sekunder maupun tertier, sehingga memperoleh jawaban yang benar mengenai rumusan permasalahan yang terdapat dalam penulisan ini.

F. Sistematika Penulisan

Untuk menyusun suatu karya ilmiah diperlukan suatu susunan atau sistematika yang teratur. Adapun Tesis ini berjudul “**Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pelanggan IndiHome Dalam Penerapan Prinsip - Prinsip *Good Corporate Governance***”. Tesis ini merupakan tulisan ilmiah yang masing masing bab nantinya bersifat berkaitan dan berkelanjutan dengan bab sebelumnya yang disusun secara sistematis. Adapun penulis membagi dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penulisan, kerangka teori dan kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistematika penulisan tesis ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua ini merupakan tinjauan pustaka yang akan dibagi dalam tiga bagian besar yaitu tinjauan umum tentang dunia usaha ritel, tinjauan umum tentang *good corporate governance*, tentang hukum perlindungan konsumen, peraturan – peraturan terkait dan tinjauan tentang teori perlindungan hukum, teori organ dan teori kepastian hukum.

**BAB III : HAK-HAK KONSUMEN BERDASARKAN PRINSIP-
PRINSIP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE***

Pada bab ketiga ini akan berisikan tentang hasil penelitian tentang hak-hak konsumen berdasarkan prinsip-prinsip *good corporate governance*.

**BAB IV : TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA DALAM ASAS-ASAS
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRINSIP-PRINSIP
*GOOD CORPORATE GOVERNANCE***

Pada bab keempat ini, penulis akan melakukan analisis Tanggungjawab Pelaku Usaha Dalam Asas-Asas Perlindungan Konsumen Dalam Prinsip-Prinsip *good corporate governance*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab kelima ini penulis akan membuat kesimpulan yang didasarkan dari hasil penelitian dan analisis pokok permasalahan yang ada. Selain kesimpulan, penulis akan memberikan saran-saran perbaikan terkait pokok permasalahan dalam penulisan ini.