

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

Telkomsel didirikan pada tahun 1995 sebagai wujud semangat inovasi untuk mengembangkan telekomunikasi Indonesia yang terdepan. Telkomsel menjadi pelopor untuk berbagai teknologi telekomunikasi selular di Indonesia, termasuk yang pertama meluncurkan layanan roaming internasional dan layanan 3G di Indonesia. Telkomsel merupakan operator yang pertama kali melakukan uji coba teknologi jaringan pita lebar LTE. Di kawasan Asia, Telkomsel menjadi pelopor penggunaan energi terbarukan untuk menara-menara *Base Transceiver Station (BTS)*. Keunggulan produk dan layanannya menjadikan Telkomsel sebagai pilihan utama pelanggan di seluruh Indonesia.

Memasuki era *ICT (Information and Communication Technology)*, Telkomsel terus mengoptimalkan pengembangan layanan di Indonesia dengan memanfaatkan potensi sinergi perusahaan induk yaitu PT Telkom (65%) dan SingTel Mobile (35%). Telkomsel terus mengembangkan layanan telekomunikasi selular untuk mengukuhkan posisi sebagai penyedia layanan gaya hidup selular, *a truly mobile lifestyle*.

Telkomsel memiliki komitmen untuk menghadirkan layanan *mobile lifestyle* unggulan sesuai dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pelanggan. Telkomsel menghadirkan teknologi agar bangsa Indonesia dapat menikmati kehidupan yang lebih baik di masa mendatang dengan tetap mendukung pelestarian negeri.

Telkomsel secara aktif mendorong pemanfaatan energi terbarukan sebagai sumber energi untuk menara *BTS* serta menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi remaja dan masyarakat yang kurang mampu. Melalui peningkatan kualitas masyarakat dan pelestarian lingkungan, Telkomsel berpartisipasi aktif untuk masa

depan bangsa yang lebih baik. (Sumber : <http://www.telkomsel.com/about/corporate>, 2013)

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.

Misi

Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

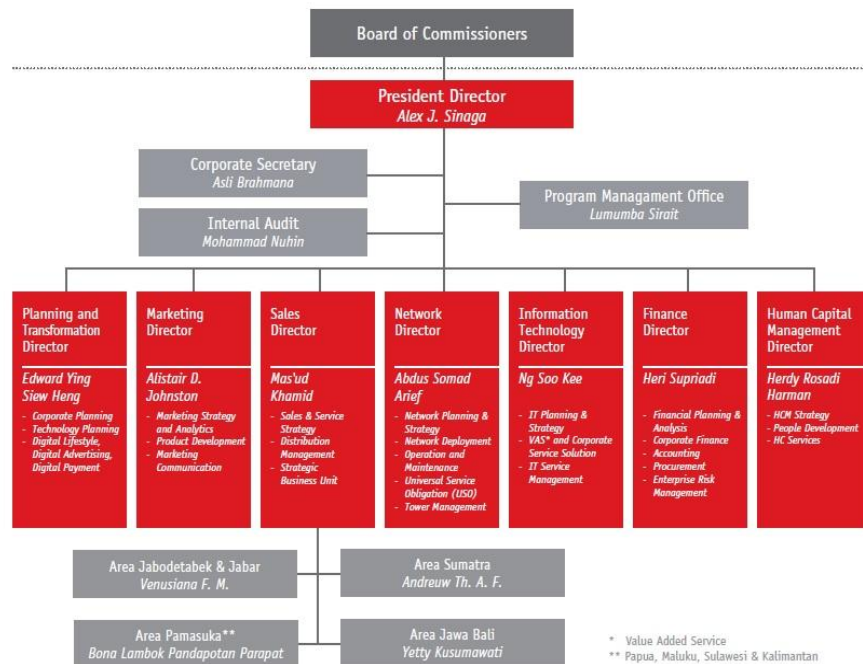
1.1.3 Struktur Organisasi

GAMBAR 1.1

STRUKTUR ORGANISASI PT. TELKOMSEL

Sumber : Annual Report PT. Telkomsel Tahun 2013 di akses tanggal 25 Agustus 2014

Organizational Structure



1.1.4 Logo Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan besar yang sudah berkecimpung di industri telekomunikasi Indonesia selama 18 tahun, Telkomsel memiliki logo yang dari awal berdirinya perusahaan ini hingga sekarang tidak berubah. Hal ini menandakan bahwa logo Telkomsel memiliki citra yang kuat seiring dengan komitmen perusahaan. Adapun logo PT.Telkomsel dapat dilihat pada gambar 1.1 dibawah ini,

GAMBAR 1.2

LOGO PT. TELKOMSEL

Sumber : Telkomsel, 2013



Berikut merupakan uraian dari arti logo Telkomsel,

1. Lingkaran Elips Horizontal

Lingkaran yang membelah heksagon tersebut melambangkan penyelenggara jasa telekomunikasi domestik (PT.Telkom).

2. Lingkaran Elips Vertikal

Melambangkan penyelenggaraan jasa telekomunikasi Internasional di Indonesia (PT.Indosat) sebagai salah satu “*The Founding Father*”.

3. Heksagon Merah

Melambangkan seluler, warna merah sendiri bermakna Telkomsel berani dan siap menyongsong masa depan dengan segala kemungkinan.

4. Heksagon Abu-Abu Kehitaman

Melambangkan Telkomsel selalu siap mengayomi dan terus memenuhi kebutuhan pelanggan, sedangkan warna abu-abu adalah warna logam yang berarti kesejukan, luwes, dan fleksibel.

5. Pertemuan dua lingkaran berwarna putih di atas heksagon merah

Melambangkan bentuk huruf ‘t’ sebagai huruf awal Telkomsel. Warna putih pada huruf ‘t’ tersebut mengandung makna keberanian, keterbukaan, dan transparansi. (*Sumber* : www.telkomsel.com, 2013).

1.1.5 Produk Telkomsel

Hingga tahun 2013 ini Telkomsel hadir dengan berbagai produk, dengan produk utamanya yakni KartuHalo, simPATI, Kartu As dan Flash, (Telkomsel, 2013). Menawarkan layanan sesuai dengan keinginan konsumen yang ada di Indonesia. Produk-produk Telkomsel yakni,

a. Kartu Halo

Didukung penuh oleh jaringan selular GSM terbaik di Indonesia, kartuHalo dengan dari Telkomsel memberikan akses komunikasi terluas di seluruh penjuru Indonesia dan sambungan *International Call* ke semua negara. Selain memiliki jaringan terluas, Telkomsel juga meningkatkan kualitas jaringan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Ditambah dengan aneka fasilitas inovatif yang terus bertambah.

b. SimPATI

SimPATI merupakan Kartu Prabayar (*prepaid*) yang dikeluarkan oleh Telkomsel. simPATI dapat digunakan di seluruh Indonesia dengan tarif terjangkau, telepon hemat ke sesama pelanggan Telkomsel maupun operator lain dan SMS hemat untuk mengirim pesan di dalam maupun ke luar negeri.

c. Kartu AS

Kartu AS merupakan Kartu Prabayar yang dikeluarkan oleh Telkomsel selain Simpati yang memiliki variasi 21 macam produk, sesuai dengan kebutuhan pelanggan saat ini yang ingin berlangganan Telkomsel dengan berbagai macam bonus. Kartu AS menjadi salah satu produk andalan Telkomsel karena target dari As sendiri merupakan anak muda yang cenderung lebih banyak menggunakan layanan dengan kemampuan membeli yang lebih rendah dibandingkan dengan pelanggan Simpati yang memiliki kemampuan membeli lebih tinggi.

d. Flash

Telkomsel Flash adalah layanan internet tanpa kabel (*wireless*) yang disediakan oleh Telkomsel untuk seluruh pelanggannya (kartuHALO, simPATI dan Kartu As). Layanan ini didukung dengan teknologi HSDPA/3G/EDGE/GPRL Telkomsel yang dapat menghasilkan kecepatan *download* sampai dengan 14.4 Mbps.

e. Smartphone

Produk Smartphone merupakan produk Telkomsel yang menawarkan para penggunanya untuk membeli produk telkomsel yakni kartu *startpack* atau perdana dan membeli produk *Smartphone* yang disediakan oleh Telkomsel. Seperti produk Smartphone dari Nokia, Blackberry, Iphone, Samsung, HTC dan Nexian.

f. Kartu Facebook

Kartu Facebook dari Telkomsel adalah satu-satunya kartu *prepaid* GSM di Indonesia yang bekerja sama resmi dengan Facebook. Fitur-fiturnya yang lengkap sangat cocok digunakan oleh siapa saja yang suka dengan Facebook, terutama untuk kostumer yang suka seru-seruan bareng temen di Facebook. Selain dapat Facebook-an gratis, Kartu Facebook bisa juga dipakai untuk telepon, sms dan internetan murah. (*Sumber: Telkomsel, 2013*)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era Globalisasi seperti saat sekarang ini, peran telekomunikasi sangat penting bagi kehidupan sehari-hari, kesejahteraan dan kebutuhan manusia semakin meningkat, apalagi kebutuhan manusia dalam bidang jasa maupun barang. PT. Telkomsel sebagai perusahaan besar perlu memperhatikan aspek pemasaran baik itu dari segi keluhan maupun masukan-masukan sekalipun. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidak-sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian.

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja *actual* yang dirasakannya setelah

pemakaian produk. Demikian halnya kepuasan bagi para pelanggan PT. Telkomsel juga dipengaruhi berbagai faktor diantaranya pelayanan, sikap tanggap terhadap gangguan, kemudahan dalam pembayaran tagihan kartu prabayar dan masih banyak lainnya.

Tanggung jawab Penyelenggara jasa Telekomunikasi sebagai pelaku usaha timbul karena adanya hubungan antara produsen dengan konsumen yang secara eksplisit terdapat tanggung jawab masing-masing. Karena hubungan antara Penyelenggara Jasa Telekomunikasi sebagai pelaku usaha dengan konsumen merupakan suatu hubungan dalam rangka keterkaitan antara satu dengan yang lain, atas dasar latar belakang yang berbeda. Penyelenggara Jasa Telekomunikasi sebagai pelaku usaha melakukan kontak dengan konsumen berdasarkan adanya tujuan tertentu yang sudah direncanakan (termasuk keuntungan sebanyak-banyaknya dengan peningkatan produktifitas dan efisiensi), sedangkan konsumen mempunyai hubungan dengan produsen didasarkan adanya tuntutan pemenuhan kebutuhan hidup. Berbagai macam keluhan dari rasa ketidakpuasan masyarakat terhadap produk tertentu sampai ke pelayanan jasa tertentu yang tidak memadai atau mengecewakan. Rasa ketidakpuasan tersebut dapat berkembang menjadi konflik yang dialami oleh masyarakat, yang dalam hal ini adalah konsumen.

Issue perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang ada keterkaitannya dengan dunia usaha yang mengglobal. Hal ini jelas terlihat secara tekstual dalam salah satu konsideran Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dalam pertimbangan butir (c) menegaskan, bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan atau jasa yang diperolehnya di pasar. Selanjutnya, dalam butir (d) ditegaskan, bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu.

Seperti yang sudah kita ketahui pada Tahun 2010-2011 sangat marak kasus sedot pulsa. Maraknya kasus tersebut sangat meresahkan msyarakat. Para pelaku penipuan melalui pesan singkat yang mulai meresahkan masyarakat belakangan ini

diduga bekerja sama dengan para pemilik konter ponsel. Pasalnya, para pelaku ini cenderung hanya ingin menyedot pulsa untuk kemudian dijual kembali. Cara atau modus yang dilakukan pun beragam, mulai dari mengirim pesan singkat melalui nomor biasa atau melalui jasa pelayanan SMS premium atau konten.

"Besarnya kemungkinan dengan cara menyedot pulsa seperti itu mereka kerja sama dengan konter ponsel. Selama penelusuran kami, setelah mereka menipu, pulsa yang didapat dijual kembali ke penjual pulsa," ungkap Kasubdit Cyber Crime Polda Metro Jaya Ajun Komisaris Besar Hermawan, Rabu (5/10/2011) di Mapolda Metro Jaya.

Dia melanjutkan, modus penipuan yang mampu menyedot pulsa korban itu dilakukan dengan cara mengirimkan pesan singkat melalui nomor GSM atau CDMA secara acak. Isi pesan singkat itu biasanya bertuliskan pengumuman pemenang dengan hadiah tertentu.

"Tetapi, untuk dapat hadiah itu dia harus klik misalnya *123 dan seterusnya. Kalau dia klik itu, korban pasti kaget pulsanya tiba-tiba berkurang banyak," ucap Hermawan. Dia menjelaskan, kode angka yang harus diarahkan pelaku untuk diklik para korban sebenarnya adalah kode dari masing-masing operator untuk transfer pulsa ke nomor pelaku dengan nilai nominal pulsa yang juga sudah dimasukkan ke dalam kode itu. "Jadi, kode itu benar memang ada, tapi untuk transfer pulsa. Korban biasanya gak sadar karena dibilangnya menang hadiah," kata Hermawan.

Cara lain yang dilakukan dalam menyedot pulsa, diakui Hermawan, adalah dengan berlangganan konten atau SMS dengan tarif premium seperti kuis atau konten games. Dengan cara ini, para pengusaha konten terus-menerus mengirimkan pesan singkat yang menyedot pulsa. "Misalnya kuis. Dia terus-menerus dikirim soal, awalnya dia balas dengan jawaban, tapi kelamaan bosan enggak menang-menang sementara pulsa terus kesedot karena dikirim konten terus," tuturnya.

Bahkan, masyarakat yang hendak membatalkan langganan konten dengan mengirimkan pesan singkat Unreg justru menemui kegagalan. "Tetapi apakah ini bisa dipidanakan, masih kami dalami. Namun, menurut kami, selama ada laporan dari

masyarakat yang merasa dirugikan oleh SMS konten ini bisa kami tindaklanjuti," ungkap Hermawan.

Dia mengatakan, dua modus itu yang selama ini terdeteksi aparat Cyber Crime Polda Metro Jaya yang marak terjadi dalam penipuan pesan singkat. Dia membantah adanya modus penipuan pesan singkat yang mampu menyedot pulsa secara berlebihan hanya dengan membalas pesan singkat seperti "tolong uangnya ditransfer ke nomor ... " yang dikirim dari nomor GSM atau pun CDMA. "Walaupun SMS itu maksudnya nipu, tapi kalau kita balas itu nggak mungkin sedot pulsa. Kesedot hanya biaya sms balasannya saja," katanya.

Sebagaimana diberitakan, Cyber Crime Direktorat Reserse Polda Metro Jaya menemukan 1.800 narapidana di Lembaga Pemasyarakatan (LP) kelas I Tanjung Gusta, Sumatera Utara, menjadi otak kasus penipuan pesan singkat dan telepon di berbagai daerah. Sebanyak enam orang di antaranya menjadi tersangka dalam kasus yang ditangani Polda Metro Jaya, sementara ada pula yang menjadi buruan FBI. Para napi itu menyelundupkan ponsel ke dalam sel melalui roti, telur, hingga lipatan baju. Para napi ini diduga melibatkan orang luar dalam memperdaya korbannya. (Sumber :<http://megapolitan.kompas.com/read/2011/10/05/10231044/Inilah.Modus.SMS.Sed.ot.Pulsa>) diakses tanggal 28 september 2014)

“Kepala Bagian Reskrim Mabes Polri Komisaris Jenderal Polisi, Sutarman menuturkan bahwa kerugian pelanggan dari kasus pencurian pulsa mencapai diatas Rp 1 Triliun. Saat ditemui usai acara "Peluncuran Laporan Tahunan Kejaksaan Republik Indonesia Tahun 2011," di sasana Pradhana, Kejaksaan Agung RI, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Kamis (22/03/2012), Sutarman menyebutkan bahwa dari satu produk saja seperti "Mama Lauren," keuntungannya bisa miliaran rupiah”. (Sumber : <http://www.tribunnews.com/nasional/2012/03/22/estimasi-kerugian-pencurian-pulsa-diatas-rp-1-triliun>) diakses tanggal 28 september 2014)

Berdasarkan data yang didapat “Polisi melakukan pemeriksaan terhadap Direktur Utama (Dirut) Telkomsel sebagai saksi di Bareskrim Polri, Rabu (18/4/2012).

Benar bahwa hari ini Bareskrim telah melakukan pemeriksaan terhadap Dirut Telkomsel untuk didengar keteangannya sebagai saksi berkaitan dengan tindak pidana pencurian pulsa yang kini ditangani," jelas Kepala Biro Penerangan Masyarakat Polri Brigjen Pol Mohammad Taufik di Mabes Polri, Jakarta Selatan, Rabu (18/4/2012).” (Sumber : <http://www.tribunnews.com/nasional/2012/04/18/polisi-panggil-dirut-telkomsel> diakses tanggal 28 september 2014)

“Sebenarnya media sudah mengetahui bahwa tersangka kasus sedot pulsa berjumlah tiga orang hingga saat ini. Tetapi sebelumnya, mabes polri selalu mengatakan baru dua yaitu Direktur Utama PT Colibri network dan Vice President Digita Music & Containt Management PT Telkomsel.

Baru hari ini, Kepala Divisi Humas Polri Irjen Pol Saud Usman Nasution mengumumkan secara resmi bahwa tersangka kasus sedot pulsa sudah tiga orang.

“Hingga hari ini pihak Polri telah menetapkan tiga orang tersangka dalam kasus tersebut, yaitu Dirut PT CN dengan inisial NHB, Dirut PT M berinisial WMH, kemudian DR. KP selaku pejabat teras di PT.T,” kata Saud, Jumat (9/5/2012).

Pelu diketahui PT CN merupakan PT Colibri Network yang merupakan perusahaan conten provider, kemudian PT M adalah PT Media Play, dan seorang dari perusahaan operator berinisial KP yang menjabat sebagai Vice President Digita Music & Containt Management PT Telkomsel.

“Ketiga tersangka telah ditetapkan sebagai tersangka dan kini dalam pengembangan, khusus untuk tersangka WMH sedang diambil keterangannya. Sementara KP karena yang bersangkutan sedang sakit maka akan direncanakan pemeriksaan kedua pada Senin depan,” jelasnya.

Menurut Saud jumlah tersangka dari Conten Provider tersebut tentu saja masih berkembang, tidak menutup kemungkinan akan bertambah. “Ini masih berkembang, mungkin bisa tiga, bisa empat tergantung pengembangan. Sementara ini dua dulu,” katanya.

Ketiga orang tersangka tersebut disangkakan dengan Pasal 62 jo 8 ayat 1 huruf 6 jo pasal 9 ayat 1 huruf 9 jo pasal 10 huruf a jo pasal 13 ayat 1 jo pasal 14 jo pasal 15 Undang-undang Nomor 8 tahun 2009 tentang perlindungan konsumen. Dan atau pasal 45 ayat 2 jo pasal 28 ayat 1 undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang ITE, dan pasal 362 KUHP dan 378 KUHP.

“(Pasal yang diterapkan untuk setiap tersangka) beda, kan peranannya berbeda,” ucapnya.”

(Sumber : <http://www.tribunnews.com/nasional/2012/03/09/mabes-polri-umumkan-tiga-tersangka-sedot-pulsa> diakses tanggal 28 september 2014)

Pemerintah didesak menerapkan audit terhadap billing system operator telekomunikasi agar pelanggan tidak terlalu dirugikan sehubungan adanya sedot pulsa maupun sedot bandwidth.

Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional Ardiansyah Parman mengatakan audit itu perlu dilakukan karena hampir semua pelanggan telekomunikasi mengalami lonjakan tagihan (shock billing) atau pulsa tiba-tiba berkurang banyak atau habis.

"Biasanya hal itu disebabkan iklan yang menyesatkan dan menjebak konsumen, atau layanan lain yang memotong pulsa tanpa sepengetahuan pengguna," ujarnya kepada merdeka.com, akhir pekan ini.

Lonjakan tagihan, tambahnya, juga bisa dipicu oleh kesalahan input data tarif promosi ke billing system secara manual sehingga kemungkinan kesalahannya sangat besar mengingat item pembayarannya bisa berdasarkan waktu dan lokasi sehingga variasinya sangat banyak.

Lonjakan tagihan juga disebabkan dilarikannya akses internet unlimited seperti BlackBerry Internet Service ke tarif Rp 1/bytes sehingga menjadi sangat mahal.

Di sisi lain, mantan anggota Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) Heru Sutadi mengatakan bahwa dulu regulator pernah berencana menerapkan tera billing terhadap system pembayaran operator telekomunikasi.

"Tapi tera billing harus dilakukan satu per satu pada semua struktur tariff operator telekomunikasi sehingga biayanya sangat besar, mencapai Rp 5 miliar per tahun," ujarnya.

Pengamat telekomunikasi dari Indonesia ICT Institute itu juga mengungkapkan selain perangkat yang harus dibeli, regulator juga harus membayar pulsa yang mengalir ke tera billing.

Oleh karena itu lah, BPKN menilai audit terhadap billing system operator bisa dilakukan dengan metode sampling atau acak atau bisa juga operator diminta megaudit sendiri jaringannya menggunakan jasa lembaga auditor independen, kemudian hasilnya dilaporkan ke BRTI.”

(Sumber : <http://www.merdeka.com/teknologi/audit-billing-system-operator-telekomunikasi-perlu-diterapkan.html> diakses tanggal 28 Desember 2014)

Telkomsel mengimbau kepada masyarakat di seluruh Indonesia untuk berhati-hati terhadap maraknya SMS penipuan, yang mengarahkan pelanggan melihat website tertentu dengan modus menjadi pemenang undian berhadiah.

Telkomsel dalam menjalankan bisnisnya selalu konsisten dan komitmen menjaga kenyamanan pelanggan, serta menerapkan kebijakan yang kuat untuk mencegah kerugian pelanggan.

VP Corporate Communication Telkomsel, Adita Irawati mengatakan satu-satunya website korporasi Telkomsel yang memberikan informasi resmi terkait program, layanan produk ataupun promosi berhadiah secara transparan dan jelas kepada pelanggan, yaitu www.telkomsel.com.

Dengan beredarnya SMS penipuan yang mengarahkan pelanggan mengunjungi website yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya tersebut, Telkomsel

mengimbau masyarakat agar tidak mudah terpancing, lebih waspada, serta berhati-hati dan lebih cerdas, dalam menyikapi modus penipuan tersebut.

Adapun segala informasi dari Telkomsel untuk pelanggan, baik mengenai program, layanan produk ataupun promosi berhadiah, Telkomsel selalu menggunakan mekanisme pemberitahuan resmi, di antaranya melalui surat resmi, pemberitaan di media massa nasional, informasi di GraPARI terdekat atau di Call Center Telkomsel, serta website www.telkomsel.com.

Dalam menyelenggarakan program promosi berhadiah, Telkomsel akan menanggung 100 persen pajak hadiah pemenang, sehingga pelanggan tidak perlu lagi mengeluarkan dana untuk membayar pajak hadiah dan sejenisnya.

Apabila terdapat informasi atau permintaan yang mengarahkan pelanggan untuk membayar sejumlah biaya dalam nominal tertentu, maka dapat dipastikan hal tersebut bermotif penipuan.

"Telkomsel berupaya secara serius menangani SMS dan website penipuan serta melakukan klarifikasi kepada pelanggan yang mengeluhkan permasalahan ini. Telkomsel juga akan segera menindaklanjutinya ke pihak berwajib berbagai bukti pelanggaran yang dilakukan oleh oknum tertentu terkait SMS dan website penipuan tersebut," ujar Adita dalam siaran pers, Selasa (4/2).

Pelanggan dapat melakukan konfirmasi serta pelaporan adanya dugaan penipuan yang mengatasnamakan Telkomsel melalui layanan call center 24 jam, dengan menghubungi 133 untuk pelanggan kartuHalo, serta 155 dan 188 untuk pelanggan simPATI dan Kartu As.

Tersedia pula akses ke nomor lain, yakni 08071811811. Di samping itu, pelanggan juga dapat mengirimkan email pertanyaan ke cs@telkomsel.co.id atau konfirmasi melalui facebook.com/telkomsel dan twitter [@telkomsel](https://twitter.com/telkomsel).

Pelanggan Telkomsel juga dapat mengunjungi GraPARI terdekat, untuk berkonsultasi langsung dengan petugas customer service yang senantiasa membantu dan memberikan solusi sesuai kebutuhan. Pelanggan juga dapat memeriksa sendiri program Telkomsel Poin melalui akses gratis *111# dari kartuHalo serta *116# dari simPATI dan Kartu As.

Menurut Adita, dalam menjalankan aktivitas usahanya, Telkomsel selalu menerapkan kode etik dan menjaga kenyamanan serta kerahasiaan informasi pelanggan.

"Pijakan terhadap koridor hukum yang berlaku dan tidak memberikan toleransi atas terjadinya kesengajaan, yang mengakibatkan terjadinya pelanggaran aturan juga menjadi landasan bisnis Telkomsel, yang kini telah dipercaya lebih dari 131,5 juta pelanggan," ujarnya. (Sumber : <http://www.telkomsel.com/about/news/965-Telkomsel-Himbau-Pelanggan-Berhati-Hati-Terhadap-SMS--amp--Website-Bermodus-Penipuan.html> diakses tanggal 28 Desember 2014).

Dirut PT Telkomsel Tbk Sarwoto Atmosutarno meminta kasus dugaan sedot pulsa jangan di-politisir. Dia bilang, kasus ini sedang diproses di Panitia Kerja (Pan-ja) DPR dan pihak Kepolisian.

"Saya menilai ada upaya politisasi dalam kasus tersebut. Biar Panja dan kepolisian memproses kasus ini hingga tuntas. Tidak ada upaya dari Telkomsel untuk mempetieskan kasus tersebut," tegas Sarwoto di Jakarta, kemarin.

Sarwoto bilang, dia tidak akan melindungi, jika ada direksi maupun karyawan Telkomsel yang terbukti melakukan pencurian pulsa. Apakah itu dilakukan lewat mitra perusahaan Content Provider (CP) atau siapapun.

"Kalau memang ada direksi maupun karyawan terlibat, silakan ditindak secara hukum," tantang Sarwoto.

Selain itu, ia mengklaim bahwa Telkomsel telah menyetop se-mua mitra perusahaan CP, terma-suk anak cabang untuk tidak aktif dulu sampai kasus ini benar-be-nar ada kepastian hukum tetap.

“Kami telah menyetop semua mitra perusahaan CP untuk ti-dak dioperasikan dulu sebelum kasus ini benar-benar jelas se-cara hu-kum,” bebernya.

Sarwoto ber-kelit bahwa PT Ex-ten Media In-donesia salah satu mit-ra CP-nya yang tidak punya izin penye-lenggaraan jasa pre-mium dari Badan Regu-lasi Tele-komunikasi Indonesia (BRTI).

“Sampai saat ini belum ada bukti yang mengarah bahwa CP ter-sebut dalam pencurian pulsa. Ka-laupun nanti terbukti, silakan di-proses secara hukum,” cetusnya.

Bos anak perusahaan PT Tel-kom Tbk ini menyatakan, jumlah pelanggan Telkomsel tidak ber-kurang, me-lainkan bertambah menjadi 109 juta pelanggan dari 44 juta pe-langgan.

“Kalau bicara dampak pasti ada. Alhamdulillah, kasus ini tidak berdampak pada penurunan pelanggan. Tapi, secara oppor-tunities lost itu ada,” akunya.

Sarwoto berharap, Panja dan Kepolisian dapat menyelesaikan kasus ini pada akhir Maret. Dia ingin, industri telekomunikasi bisa beroperasi lagi tanpa harus dikha-watirkan dengan kasus pencurian pulsa. “Kinerja in-dus-tri tele-ko-mu-ni-kasi memang ter-ganggu karena ru-ang geraknya jadi terbatas ka-rena penanganan kasus terse-but terlambat. Diha-rap-kan, Panja dan Kepolisian bisa menuntas-kan ka-sus tersebut dengan jelas tanpa tebang pilih,” harapnya.

Panja pencurian pulsa Komisi I DPR sebelumnya mendesak BRTI untuk menginstruksikan operator agar menghentikan ope--rasi tiga perusahaan CP yaitu PT Exten Media Indonesia, PT Lintas IntiMakmur milik dan Planet Evillage Pte. Ketiga CP itu dikatakan tidak memiliki izin penyelenggaraan jasa premium dari BRTI dan diduga melakukan pencurian pulsa. [Harian Rakyat Merdeka] (Sumber :

<http://www.rakyatmerdekaonline.com/news.php?id=56876> diakses tanggal 6 Januari 2015).

Para stakeholder teknologi informasi komunikasi (TIK) dan pembangunan perkotaan sepakat bahwa perlu dibuat suatu model bisnis dan regulasi tentang pembangunan smart city di Indonesia.

"Ini saya ungkapkan di dalam konferensi e-Indonesia Initiatives Forum ke-X di Aula Barat ITB," kata Profesor Suhono Harso Supangkat, Guru Besar ITB yang juga Ketua e-Indonesia Initiatives Forum kepada detikINET, Rabu (25/6/2014).

Dalam memperingati kegiatan e-Indonesia Initiatives Forum ke-X tersebut hadir empat walikota yaitu Walikota Bandung, Walikota Bogor, Walikota Makassar, dan Walikota Aceh yang diwakilkan staf ahlinya.

Selain itu hadir pula Wakil Menteri Pekerjaan Umum, Direktur Perkotaan Bappenas, Mastel, Kementerian Kominfo serta para akademisi dari ITB dan Universitas Indonesia.

Menurut Suhono, semua walikota saat ini tengah berusaha membangun kotanya menjadi kota terbaik bagi penghuninya sehingga hidup lebih nyaman, aman dan berkreasi maupun berinovasi.

"Inisiasi tengah dan sedang dikerjakan, hanya saja ada beberapa kendala di dalam membangun smart city, terutama dalam bisnis model, regulasi dan standardisasi terkait pengembangan smart city di Indonesia," katanya.

Beberapa industri juga sudah siap berkontribusi dalam membangun smart city, namun demikian bisnis model pembangunannya perlu dibuat sehingga memberikan nilai tambah untuk semua pihak, apakah melalui proses Public Private Partnership, APBN, APBD atau kerjasama dengan dunia Internasional."Pemerintah pusat seperti Kementerian PU, Kementerian Kominfo dan Bappenas, juga tengah menyiapkan suatu kajian suatu model pembangunan smart city di Indonesia," lanjutnya. (Sumber : Detik.com diakses tanggal 6 Januari 2015).

"Limapoin kesepakatan buatan Kemenkominfo malah menunjukkan, selama ini Kemenkominfo dan Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) tak memiliki kendali yang tegas pada Operator Selular," ungkap pengamat telematika Abimanyu Wachjoewidajat pada INILAH.COM.

Poin pertama, BRTI akan menyampaikan data yang diduga telah merugikan konsumen berdasarkan masukan publik terkait penyedotan pulsa melalui SMS penipuan dan Layanan Pesan Premium kepada Polri untuk ditindak secara hukum.

Pria yang akrab disapa Abah ini menilai, solusi hanya sekadar rephrase dari langkah yang telah dilakukan. "Sebelumnya, BRTI menyatakan ada 60 Content Provider (CP) yang diduga bermasalah namun saat didesak menyebut siapa saja CP tersebut pada publik, BRTI malah tak berani mengungkapnya beralasan tuduhan tersebut ada kekuatan hukumnya," katanya.

Kemudian, kini BRTI menyatakan akan langsung menyampaikannya ke Polri. Artinya, dengan ini BRTI tak perlu menyebutkan nama CP tersebut pada masyarakat mengenai apakah jumlah CP nakal tersebut masih 60 atau sudah jauh berkurang.

Poin kedua menyatakan, berdasarkan masukan publik, BRTI akan melakukan pengawasan secara ketat guna mendalami hubungan bisnis antara CP dan operator dalam memberi Jasa Pesan Premium.

"Hal ini aneh, seharusnya BRTI melakukan pengawasan ketat sejak dulu karena tujuan didirikan badan ini yakni menjadi lembaga yang fokus memantau para operator selular. Kenyataannya, kini kontrolnya sangat kendur. Terbukti, BRTI sampai tak mengetahui terjadinya kasus ini dan baru mengetahui setelah ada pengaduan masyarakat," paparnya.

Poin ketiga, BRTI bersama operator akan merancang sistem aplikasi yang memungkinkan konsumen berhenti berlangganan jika tak menginginkan suatu layanan Jasa Pesan Premium.

Secara teknis, hal ini sangat mudah dilakukan, bahkan tak perlu aplikasi rumit yang membutuhkan waktu hingga tiga bulan. Namun, pernyataan aplikasi yang memungkinkan ini artinya, BRTI merasa belum pasti bisa melakukan hal yang jelas dapat dilakukan dan ini berarti, BRTI maupun Kemenkominfo kurang mampu menguasai telematika, lanjutnya.

"Bagaimana bisa suatu lembaga yang diupayakan bisa memantau perusahaan teknologi ternyata lembaga tersebut tak mengerti pengelolaan teknologi itu sendiri," lanjutnya lagi.

Poin keempat, Jika ada CP yang ditemu kenali melakukan pelanggaran, BRTI akan menginstruksikan pada operator telekomunikasi untuk menghentikan layanan Jasa Pesan Premium dengan mengawasi pemberian ganti rugi sesuai ketentuan berlaku yang hasilnya akan dipublikasikan pada publik.

"Poin keempat dan poin pertama memiliki subyek hampir sama, namun mengapa pelaksanaannya berlainan. Jelas terbukti BRTI enggan mempublikasikan CP pencuri pulsa itu," ungkapnya.

Solusi berbasis ditemu kenali dan masih perlu instruksi BRTI untuk menghentikan berarti solusi ini tak akan masuk regulasi melainkan cukup masuk tahap pertimbangan tertentu. "Sangat mungkin BRTI menebang pilih dalam melakukan tindakan," katanya.

BRTI sendiri menganggap langkah pemeriksaan SMS itu bukan suatu hal mudah. Di sisi lain, Abah menganggap hal ini sangat mudah. "Bagaimana jika BRTI mampu melakukan temukenali jika secara teknis tak menguasai cara kerja SMS premium," tandasnya.

Jika sekadar mendapat ganti rugi, misal kerugian masyarakat sebesar Rp2000/SMS, maka korban hanya mendapat jumlah yang besarnya jauh lebih kecil dari biaya dan upaya pelaporan. Artinya, untuk mendapatkan kembali haknya masyarakat harus mengeluarkan uang lebih banyak. "Hal ini akan membuat masyarakat enggan melapor dan masalah ini akan reda dengan sendirinya," ungkapnya.

Poin kelima, BRTI dan operator bersama-sama melakukan iklan layanan masyarakat secara masif mengenai nomor pengaduan yang bisa dihubungi konsumen dan cara penanganan pengaduan.

Dalam menangani SMS tipuan mama/papa minta pulsa atau SMS sedot pulsa, BRTI terbukti memiliki cara yang berbeda, SMS mama/papa diteruskan ke suatu nomor sedangkan SMS sedot pulsa harus menghubungi call center 159. "Jelas, tiap tindakan BRTI bukan suatu regulasi melainkan prosedur sementara," tandasnya.

Tampaknya, BRTI tak benar-benar menerapkan suatu peraturan melainkan sekadar solusi polesan tergantung dari luasnya keluhan. Poin kelima ini sendiri akan dilaksanakan dalam tempo tiga bulan.

"BRTI jelas tak serius menanganinya. Bayangkan, tahapan pelaksanaan yang tak begitu rumit ternyata butuh tiga bulan untuk berjalan, terlebih Kemenkominfo mengakui masalah ini sudah ada sejak 2007 dan terus berlarut. Bagaimana bisa yakin semua akan berjalan dalam tiga bulan jika terbukti selama empat tahun saja Kemenkominfo secara nyata tak mampu mengatasi kasus ini" (Sumber : <http://teknologi.inilah.com/read/detail/1786688/pemerintah-lemah-terhadap-operator-seluler> diakses tanggal 6 Januari 2015).

Berdasarkan rumusan demikian, dapat dikatakan bahwa pertanggungjawaban hukum adalah: Suatu keadaan wajib atau kewajiban untuk menanggung segala sesuatu secara hukum jika terjadi sesuatu yang boleh dituntut, dipersalahkan ataupun diperkirakan sebagai akibat dari sikap pihak sendiri. Pertanggung jawaban produk adalah pertanggungjawaban dari kaum produsen atau para penjualnya terhadap kerugian yang disebabkan barang/jasa yang telah diserahkan/dipasarkan. Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang materi dasarnya dimuat dalam Undang-Undang Dasar Pasal 27, Pasal 28D Ayat (1) dan Pasal 33 UUD 1945. Norma-norma perlindungan konsumen dalam sistem Undang-undang Perlindungan Konsumen sebagai "undang-undang payung" yang menjadi kriteria

untuk mengukur dugaan adanya pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen, yang semula diharapkan oleh semua pihak mampu memberikan solusi bagi penyelesaian perkara-perkara yang timbul sebagai pelaksanaan dari undang-undang tersebut, ternyata dalam penegakan hukumnya atau dalam penerapannya terjadi ketimpangan dan menimbulkan kebingungan bagi pihak yang terlibat dalam proses implementasinya. Tataran praktek menunjukkan banyak konsumen yang dirugikan dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang disediakan oleh Pelaku Usaha. Hal ini dapat di lihat dalam permasalahan di lapangan tentang adanya kerugian konsumen di dalam penyelenggaraan jasa-jasa Telekomunika

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka yang menjadi permasalahan tersebut di atas, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Hak-hak Konsumen Jasa telekomunikasi di Indonesia?
2. Bagaimanakah tanggung jawab PT. Telkomsel sebagai penyelenggara Jasa telekomunikasi di Indonesia?
3. Bagaimanakah dampak Kasus Sedot Pulsa terhadap Pelaku Usaha?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimanakah Hak-hak Konsumen Jasa telekomunikasi di Indonesia?
2. Mengetahui bagaimanakah tanggung jawab PT. Telkomsel sebagai penyelenggara Jasa telekomunikasi di Indonesia?
3. Mengetahui bagaimanakah dampak Kasus Sedot Pulsa terhadap Pelaku Usaha?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Untuk mengetahui pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan kebebasan untuk menentukan pilihan layanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dalam menggunakan layanan jasa telekomunikasi.

1.5.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai rujukan untuk PT. Telkomsel Mengenai system yang dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan PT. Telkomsel agar tidak merugikan konsumen dan berdampak pada penjualan perusahaan yang akan mengurangi loyalitas pelanggan. Serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan perlindungan hak konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan.

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai tinjauan tentang objek studi, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, batasan permasalahan penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, yang dapat digunakan sebagai acuan dalam memahami dan memecahkan permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai jenis penelitian, operasional variable, skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, uji validitas dan reabilitas, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menceritakan tentang hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden yang dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menceritakan tentang kesimpulan hasil analisis, dan saran bagi perusahaan serta bagi penelitian selanjutnya.