SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS SMS SPAM YANG DIKIRIM OLEH OPERATOR SELULER

Disusun dan diajukan oleh :

A. IRMA SUTRA DEWI

B011171060

ILMU HUKUM / HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

HALAMAN SAMPUL

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS SMS SPAM YANG DIKIRIM OLEH OPERATOR SELULER

OLEH

A. IRMA SUTRA DEWI
B011171060

SKRIPSI

Sebagai Tugas Akhir dalam Rangka Penyelesaian Studi Sarjana pada Departemen Hukum Keperdataan Program Studi Ilmu Hukum

PEMINATAN HUKUM PERDATA
DEPARTEMEN HUKUM KEPERDATAAN
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS SMS SPAM YANG DIKIRIM OLEH OPERATOR SELULER

Disusun dan diajukan oleh

A. IRMA SUTRA DEWI

B011 17 1 060

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana Departemen Hukum Keperdataan Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin

Pada hari Kamis, 10 Maret 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,	**Pembimbing Pendamping,**
Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H.,M.H.	**Dr. Marwah, S.H.,M.H.**
NIP. 196106071986011003	**NIP. 198304232008012006**

Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Dr. Maskur, S.H.,LL.M.

NIP. 19761129 199903 1 005

ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterangkan bahwa Skripsi mahasiswa :

Nama	: A. Irma Sutra Dewi
Nomor Induk Mahasiswa	: B011171060
Peminatan	: Hukum Perdata
Departemen	: Hukum Keperdataan
Judul	: Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas SMS Spam Yang Dikirim Oleh Operator Seluler

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan pada ujian Skripsi.

Makassar, 30 Desember 2021

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.H.	Dr. Marwah, S.H., M.H.
NIP. 196106071986011003	NIP. 198304232008012006

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : A. Irma Sutra Dewi

NIM : B011171060

Judul : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas SMS Spam Yang Dikirim Oleh Operator Seluler

Bahwa benar ada Karya Ilmiah Saya dan bebas dari Plagiarisme (duplikasi). Demikianlah Surat Pernyataan ini dibuat, jika dikemudian hari ditemukan bukti ketidakaslian atas Karya Ilmiah ini maka Saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

Makassar, 13 Januari 2022

METERAI TEMPEL

A. Irma Sutra Dewi

ABSTRAK

A. Irma Sutra Dewi (B011171060), dengan judul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas SMS Spam Yang Dikirim Oleh Operator Seluler" di bawah bimbingan Ahmadi Miru dan Marwah.

Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan bentuk perlindungan konsumen terhadap SMS spam yang dikirim oleh operator seluler. Serta untuk menguraikan bentuk tanggung jawab perusahaan operator seluler terhadap kerugian konsumen akibat pengiriman SMS spam oleh operator seluler.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris, dengan lokasi penelitian di Kota Makassar. Metode pengumpulan data adalah melalui wawancara dan kuesioner. Data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Setelah semua data terkumpul, kemudian dianalisis dengan metode analisis kualititatif.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Perlindungan pengguna jasa atas SMS spam dari operator seluler belum optimal. Bentuk perlindungan yang saat ini dilakukan oleh operator seluler khususnya Telkomsel dan Smartfren yaitu menyediakan layanan *customer service* melalui *call centre* untuk mendengarkan keluhan terkait pelayanan. Namun, perlindungan tersebut belum optimal karena keinginan Pengguna Jasa yang sesungguhnya adalah penghentian pengiriman sms spam. (2) Bentuk tanggung jawab yang dilakukan operator seluler adalah tanggung jawab yang terbatas pada kerugian konsumen yang merupakan hasil kesalahan dari operator seluler, yakni apabila operator seluler tidak dapat membuktikan bahwa SMS spam tersebut bukan merupakan kesalahan dari operator seluler, maka operator seluler wajib memberikan pertanggungjawaban baik secara perdata maupun pidana berdasarkan Pasal 22 dan Pasal 28 UUPK.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum Konsumen; SMS Spam; Operator Seluler.

ABSTRACT

A. Irma Sutra Dewi (B011171060), with the title "Legal Protection for Consumers on Spam SMS Sent by Cellular Operators" under the guidance of Ahmadi Miru and Marwah.

This study aims to describe the form of consumer protection against SMS spam sent by cellular operators. As well as to describe the form of responsibility of cellular operator companies for consumer losses due to sending SMS spam by cellular operators.

The research method used is empirical research, with the research location in Makassar City. Data collection methods are through interviews and questionnaires. The data obtained in the form of primary data and secondary data. After all the data is collected, then it is analyzed by qualitative analysis method.

The results of the study show (1) that the protection of service users against SMS spam from cellular operators has not been optimal. The form of protection currently being carried out by cellular operators, especially Telkomsel and Smartfren, is to provide customer service through a call center to listen to complaints related to services. However, this protection is not optimal because the real desire of the Service User is to stop sending spam sms. (2) The form of responsibility carried out by cellular operators is limited liability for consumer losses resulting from the fault of the cellular operator, namely, if the cellular operator cannot prove that the SMS spam is not the fault of the cellular operator, the cellular operator is obliged to provide liability. both civil and criminal based on Article 22 and Article 28 UUPK.

Keywords: Consumer Legal Protection; Spam SMS; Mobile Operators.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas SMS Spam Yang Dikirim Oleh Operator Seluler" ini dapat terselesaikan.

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua penulis A. Ansari dan A. Kasmawati yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat kepada penulis setiap saat. Terima kasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada Hj. A. St. Sakiah selaku wali penulis yang senantiasa merawat dan mendidik penulis dari bangku TK hingga SMA. Penulis juga ingin berterima kasih kepada saudara penulis A. Arhat Rifaldi yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang membantu penulis selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan:

1. Terima kasih kepada Prof. Dr. Dwia Aries Tina Palubuhu, MA. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta para wakil rektor, Prof. Dr. Ir. Muh. Restu, M.P. Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Prof. Ir. Sumbangan Baja, M.Phil, Ph.D. Selaku Wakil

Rektor Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Infrastruktur, Prof. Dr. drg. A. Arsunan Arsin, M.Kes. Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Alumni, dan Prof. dr. Muh. Nasrum Massi, Ph.D. Selaku Wakil Rektor Bidang Riset, Inovasi, dan Kemitraan.

2. Terima kasih kepada Prof. Dr. Farida Patittingi, S.H.,M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin beserta para wakil dekan, Prof Dr. Hamzah Halim, S.H.,M.H. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan, Dr. Syamsuddin Mochtar, S.H.,M.H. Selaku Wakil Dekan Bidang Perencanaan, Keuangan, dan Sumber Daya, Dr. Muh. Hasrul, S.H.,M.H. Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni atas segala bantuan serta dukungan yang diberikan kepada penulis.
3. Terima kasih kepada Dr. Maskun, S.H., LLM., selaku Ketua Prodi Strata 1 (satu) Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin.
4. Terima kasih kepada Dr. Winner Sitorus, S.H.,M.H.,LLM., selaku Ketua Departemen Hukum Keperdataan, atas dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
5. Terima kasih mendalam penulis sampaikan kepada Prof. Dr. Ahmadi Miru, S.H.,M.H. selaku Pembimbing Utama, dan Dr. Marwah, S.H.,M.H selaku Pembimbing Pendamping. Dr. Aulia Rifai, S.H.,M.H., dan A. Kurniawati, S.H.,M.H., selaku dewan penguji atas

segala bimbingan, bantuan, saran, motivasi yang senantiasa diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Terima kasih kepada segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang senantiasa mendidik, membimbing dan atas segala pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh Staf Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang senantiasa membantu penulis dalam pengurusan administrasi untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Terima kasih kepada keluarga penulis khususnya A. Rosnawati, S.H., dan A.Nurmawati, S.H., M.H. yang selalu memberikan nasihat serta masukan kepada penulis sejak memasuki bangku perkuliahan hingga saat ini.
9. Terima kasih kepada Annisa Rezky Intania Putri, A. Annisa Fitri, dan A. Nur Restari selaku sahabat penulis yang selalu mendengarkan keluhan penulis, memberikan semangat dan menemani penulis dalam keadaan apapun sampai pada penyelesaian skripsi ini.
10. Terima kasih kepada Sahabat FAJAR Marcelina Sutanto, Irbah Ufairah Razak, Nurhidayanti Silalahi, Jihan Annisa Mujaddidah, Rofifah Salshabila M. Andi Lolo, dan Nurhadziratul Qudzi yang

telah menemani penulis selama di bangku perkuliahan atas segala pengalaman, semangat, dan segala hal yang sangat membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

11. Terima kasih kepada sahabat Friendzone Adinda Putri Candrika, Fitriani, Ratna Vim Aditya, Asa Indra Kalingga Putri dan Adhelia Pratiwi yang telah menemani penulis sejak semester 1 (satu) hingga penyelesaian skripsi penulis.
12. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan dan seangkatan PLEDOI 2017 khususnya kepada teman-teman yang mengambil konsentrasi Hukum Keperdataan Angkatan 2017, terima kasih atas seluruh informasi serta saran yang diberikan dalam proses perkuliahan hingga selesainya skripsi penulis.
13. Terima kasih kepada teman-teman Tim National Moot Court Competition Bulaksumur IV UGM Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman berkompetisi bagi penulis.
14. Terima kasih untuk teman seperbimbingan atas bantuan dan dukungannya yang menguatkan serta menyemangati hingga akhir Fitra Nurul Izzah dan Jusmyra.
15. Terima kasih kepada teman yang selalu menguatkan serta membantu penulis saat pengerjaan skripsi ini Mildayanti, Serly, Dewi Sulastri, A. Husnul dan Ananda Zalzabila sehingga penulis tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Semoga kedepannya skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya.

Makassar, 13 Januari 2022

A.Irma Sutra Dewi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Kegunaan Penelitian 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
A. Perlindungan Konsumen 12
1. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen 13
2. Konsumen dan Pelaku Usaha 15
3. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha 25
B. Telekomunikasi dan Telepon Seluler 31
1. Pengertian Telekomunikasi dan Telepon Seluler 31
2. Penyedia Jasa Operator Seluler 36
3. SMS Spam dan SMS *Gateway* 37
BAB III METODE PENELITIAN 43
A. Lokasi Penelitian 43
B. Populasi dan Sampel 43
C. Jenis dan Sumber Data 45

D. Teknik Pengumpulan Data 46
E. Analisis Data 46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS 48
A. Perlindungan Konsumen Terhadap SMS Spam yang Dikirim oleh Operator Seluler 48
B. Tanggung Jawab Perusahaan Operator Seluler Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Pengiriman SMS Spam Oleh Operator Seluler 70
BAB V PENUTUP 78
A. Kesimpulan 78
B. Saran 78
DAFTAR PUSTAKA 80
LAMPIRAN 84

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1: Informasi mengenai Pengiriman SMS spam oleh Telkomsel dan Smartfren. 52
Tabel 2: Informasi mengenai Pengiriman SMS spam oleh pihak ketiga…55
Tabel 3: Pengguna jasa yang terganggu SMS spam Operator Seluler. .. 57
Tabel 4: Jumlah Pengguna Jasa yang mengalami kerugian. 58
Tabel 5: Konsumen yang pernah melaporkan atau menyampaikan keluhan kepada BPSK..... 59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Telekomunikasi dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, karena telekomunikasi diperlukan sebagai sarana pertukaran informasi, kemudahan layanan finansial, dan sebagainya. Kemajuan teknologi telekomunikasi beserta sistem jaringan juga mengubah paradigma penting cara setiap orang berkomunikasi.

Media komunikasi saat ini bisa mengakses beraneka ragam informasi baik dari dalam maupun luar Indonesia. Melalui komunikasi peradaban manusia bisa maju, sebaliknya melalui komunikasi pula peradaban manusia bisa mengalami kemunduran.[1] Menurut sejarah, untuk berkomunikasi yang lebih jauh antara satu dengan yang lainnya tidak mungkin bisa dicapai hanya dengan berbicara jarak normal, maka dari itu diperlukan penggunaan komunikasi yang lebih modern dan bisa mempermudah manusia untuk berkomunikasi satu sama lain.[2]

Kemajuan teknologi dan komunikasi ini tidak selalu menguntungkan atau berdampak positif bagi konsumen. Penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme barang dan/atau jasa akan menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Teknologi tinggi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah

---

[1] Nurudin, 2008, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Edisi I, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.43

[2] Burhan Bungin, 2006, *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Edisi I, Kencana, Jakarta, hlm.108.

Teknologi yang dianggap bertaraf tinggi dan belum ada teknologi yang menandingi kelebihannya.

Telepon genggam atau telepon seluler merupakan salah satu dari sekian banyak produk yang hadir karena semakin majunya teknologi. Telepon genggam yang awalnya hanya dapat digunakan sebagai alat komunikasi, kini sudah menyediakan berbagai layanan yang dapat digunakan untuk mengakses informasi. Berbagai macam fitur kini tersedia pada telepon genggam, mulai dari fitur yang membutuhkan pulsa elektrik hingga paket data internet. Layanan yang dari dulu hingga saat ini masih banyak digunakan salah satunya adalah layanan pesan singkat atau SMS (*Short Message Service*).

Short Message Service yang selanjutnya disebut SMS adalah salah satu dari sekian banyak fitur yang tersedia pada telepon genggam yang berfungsi untuk mengirim serta menerima pesan. SMS merupakan sebuah teknologi yang menyediakan pelayanan pengiriman dan penerimaan pesan antar *mobile phone*. SMS pertama kali dikenalkan di Eropa sekitar tahun 1992, yang pertama kali terintegrasi dalam GSM (*Global System for Mobile, Communications*) yang kemudian berkembang dalam CDMA (*Code Division Multiple Acces*) dan TDMA (*Time Division Multiple Acces*).[3] SMS memiliki metode *store* and *forward* yaitu apabila penerima SMS tidak

[3] Sunardi Hari Murti, Hersatoto Listiyono, “Aplikasi SMS Gateway”, Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Stikubank Makassar, Volume XIV, Nomor 1 Januari 2009, hlm. 30-34.

aktif, maka saat aktif penerima tetap dapat menerima SMS yang dikirim oleh pengirim.[4]

Perusahaan penyedia jasa telekomunikasi berperan penting dalam layanan SMS. Jasa telekomunikasi dapat memberikan keuntungan bagi konsumen karena memiliki berbagai fitur yang dapat mempermudah konsumen dalam kegiatan sehari-hari. Jasa telekomunikasi berfungsi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan. Untuk bisa menjalankan bisnis telekomunikasi seluler harus diiringi dengan mental siap bersaing yang lebih dibanding bisnis lain, karena pada hakikatnya suatu bisnis telekomunikasi seluler harus memberikan kenyamanan serta kemudahan bagi penggunanya untuk bertelekomunikasi secara *mobile*.

Seluruh perusahaan jasa telekomunikasi seluler selalu berusaha bersaing meningkatkan layanan untuk memperebutkan konsumen dan menciptakan kepuasan kepada konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan jasa telekomunikasi untuk mengetahui apa yang diminati konsumen pada produknya dibandingkan produk/jasa dari perusahaan lain.

Saat ini banyak orang yang menggunakan SMS sebagai sarana untuk memperbesar bisnis mereka. SMS digunakan sebagai alat untuk

---

[4] Hanum Rahmaniar Helmi, *Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Jasa Operator Seluler Atas Adanya SMS Spam*, Yuridika, Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Jilid 26, hlm.248

mempromosikan jasa maupun barang mereka, layanan seperti ini biasanya disebut dengan SMS *Broadcast* dan SMS *Gateway*.

SMS *Broadcast* dan SMS *Gateway* merupakan 2 (dua) hal yang berbeda walaupun sebenarnya SMS *Gateway* juga dilakukan dengan sistem *broadcast* atau dikirim dalam jumlah banyak. SMS *Broadcast* hanya bersifat satu arah, yaitu mengirim pesan namun tidak dapat menerima umpan balik. SMS *Broadcast* juga sering kali disebut sebagai SMS Massal karena pengiriman pesan dilakukan secara massal kepada nomor *handphone*. Sedangkan untuk layanan SMS *Gateway* bersifat dua arah, jadi selain bisa mengirimkan pesan *broadcast*, penerima juga bisa me-*reply* pesan tersebut. Sistem kerja SMS *Gateway* yaitu telepon seluler pengguna mengirimkan SMS yang berupa format tulisan agar dapat mengakses informasi yang dibutuhkan. Selanjutnya melalui jaringan GSM, SMS *gateway* diambil oleh *personal computer* atau biasa disebut dengan PC menggunakan protokol mfbus melalui kabel data, setelah itu format tulisan dari PC akan diolah oleh program aplikasi SMS *gateway* yang bertujuan untuk menghasilkan informasi, yang nantinya akan dikirimkan ke telepon seluler SMS *gateway* dengan menggunakan protokol mfbus melalui kabel data. Setelah itu, informasi dikirim oleh telepon seluler SMS *gateway* ke telepon seluler pengguna.

Kepuasaan konsumen telah menjadi perhatian berbagai pihak, mulai dari pemerintah, pelaku usaha, hingga konsumen itu sendiri, karena jika pemahaman pelaku usaha terhadap kepuasaan konsumen baik maka

hal tersebut dapat dijadikan strategi pelaku usaha untuk memenangkan persaingan dalam usaha telekomunikasi seluler. Kepuasan konsumen merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan suatu bisnis yang berkenaan dengan produk maupun jasa. Penyedia jasa seluler harus mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumennya agar dapat meningkatkan pelayanannya.

Namun, faktanya dengan adanya fitur ini dapat menimbulkan permasalahan-permasalahan yang merugikan pengguna telepon seluler. Salah satu permasalahan yang paling sering dikeluhkan oleh pengguna telepon seluler akhir-akhir ini yaitu adanya SMS Spam atau SMS yang dikirimkan secara berulang-ulang tanpa izin dari pemilik nomor dan pengirimnya juga tidak mendapatkan izin dari Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI). Adanya SMS Spam yang dikirim oleh operator seluler, ternyata telah menganggu kenyamanan konsumen, hal ini tentu bertentangan dengan hak-hak konsumen yang diatur dalam ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK. UUPK mengatur bahwa konsumen berhak atas kenyamanan dalam mengonsumsi suatu barang dan/atau jasa. SMS spam yang tidak diinginkan oleh konsumen dan waktu pengiriman yang menganggu konsumen inilah kemudian yang mencederai hak-hak konsumen yang telah dilindungi oleh Undang-Undang yaitu hak atas kenyamanan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Selain itu, konsumen juga berhak

untuk memilih barang dan/atau jasa yang mereka inginkan, konsumen bebas untuk memilih produk sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar.[5] Operator seluler tidak semestinya mengirimkan SMS secara terus-menerus kepada konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Berbagai keluhan konsumen dari SMS spam oleh operator seluler dengan mengirimkan SMS yang berupa penawaran seperti promo paket data, Nada Sambung Pribadi (NSP) yang dilakukan secara terus-menerus hingga dikirim pada waktu yang tidak wajar, yang mengakibatkan kenyamanan konsumen terganggu dalam penggunaan jasa operator seluler.

Salah satu permasalahan yang baru-baru ini terjadi ditulis dalam laman hukumonline.com mengenai pengajuan gugatan oleh Anggota Ombudsman Republik Indonesia Alvin Lie terhadap operator seluler PT Indosat Tbk. Dalam petitum gugatannya, Alvin Lie tidak menuntut ganti rugi materiil, melainkan menuntut agar PT Indosat Tbk. untuk menghentikan penawaran dalam bentuk apapun melalui SMS. Dalam gugatannya, David selaku kuasa hukum Alvin Lie juga menggugat Menteri Komunikasi dan Informatika sebagai turut tergugat karena belum mengatur mengenai batas wajar dan persyaratan khusus pengiriman SMS

[5] Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I, RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm.42.

penawaran pada sektor operator telekomunikasi.[6] SMS spam yang dikirim tanpa persetujuan penerima juga dianggap melanggar Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE pada Pasal 26 bahwa "penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan". David mengatakan bahwa BRTI sebaiknya bisa meniru aturan yang diterapkan oleh OJK terkait pembatasan pelaku usaha dalam menyampaikan informasi melalui SMS kepada konsumen hanya pada waktu tertentu.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa perlindungan hukum merupakan hal yang penting bagi pelanggan jasa telekomunikasi seluler mengingat semakin meningkatnya pengguna operator seluler dari tahun ke tahun. Diperlukan adanya keseimbangan antara konsumen dan produsen. Hakikat keseimbangan yang dimaksud disini ialah keadilan bagi setiap pihak, karena seringkali konsumen berada diposisi yang lemah. Konsumen menjadi objek dari kegiatan bisinis para pelaku usaha agar bisa memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

[6] Hamalatul Qur'aini, Hukum Online, *Kirim SMS Spam Dini Hari, Indosat Digugat Pelanggan*, https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5f378abb4d2b9/kirim-sms-*spam*-dini-hari--indosat-digugat-pelanggan/, diakses pada 18 Desember 2020 pukul 16.45 WITA

1. Bagaimanakah bentuk perlindungan konsumen terhadap SMS spam yang dikirim oleh operator seluler?
2. Bagaimana bentuk tanggung jawab perusahaan operator seluler terhadap kerugian konsumen akibat pengiriman SMS spam oleh operator seluler?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguraikan bentuk perlindungan konsumen terhadap SMS spam yang dikirim oleh operator seluler.
2. Untuk menguraikan bentuk tanggung jawab perusahaan operator seluler terhadap kerugian konsumen akibat pengiriman SMS spam oleh operator seluler.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan berguna baik dari sisi teoritis maupun dari sisi praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
   a. Diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan, terutama dalam hal yang berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap jasa penggunaan provider atau jasa layanan operator seluler.

b. Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk mengetahui sejauh mana hukum dapat memberikan perlindungan hukum bagi pengguna operator seluler

2. Kegunaaan Praktis

a. Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pembuatan aturan mengenai jam operasional pengiriman SMS *Broadcast* atau SMS *Gateway* serta aturan hukum mengenai perlindungan pengguna operator seluler terhadap SMS spam

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai perlindungan hukum bagi peminjam uang berbasis SMS agar masyarakat merasa lebih tenang dalam melakukan transaksi yang berbasis *fintech*.

E. Keaslian Penelitian

Setelah penulis melakukan penelusuran terhadap judul dan permasalahan yang sama di *repository online* beberapa perguruan tinggi di Indonesia, diperoleh informasi bahwa terdapat 1 (satu) penelitian dengan topik yang berhubungan dengan penelitian ini, yakni mengenai perlindungan konsumen terhadap pengguna layanan seluler terhadap SMS spam. Adapun penelitian tersebut yaitu :

1. Israel Fanny, Skripsi, Tanggung Jawab Hukum Operator Seluler Terkait *Spam* SMS (Short Message Service) Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen Juncto Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, Masalah yang dikaji yaitu mengenai tanggung jawab operator seluler yang membocorkan data pelanggan seluler kepada pihak lain sehingga mengakibatkan pelanggan seluler merasa terganggu dengan adanya spam SMS, serta Tindakan hukum yang dapat dilakukan oleh pelanggan seluler kepada operator seluler yang telah melakukan spam SMS menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindngan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.

Kesimpulan dari skripsi ini, pihak dari operator seluler wajib melakukan ganti rugi akibat bocornya data pribadi terhadap pelanggan seluler karena dianggap sebagai perbuatan melawan hukum. Pelanggan seluler dapat melakukan gugatan secara litigasi maupun non litigasi kepada pihak operator seluler.

Perbedaan fokus kajian antara skripsi ini terdapat pada objek kajiannya. Dalam skripsi Israel Fanny rumusan masalahnya membahas mengenai tanggung jawab operator seluler terhadap kebocoran data pribadi pengguna jasa operator seluler, hal ini yang kemudian disalahgunakan oleh pelaku usaha untuk mengirimkan sms penawaran kepada pengguna operator seluler. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian secara normatif membahas langkah apa yang dapat

ditempuh jika terjadi kebocoran data pribadi oleh operator seluler berdasarkan UUPK, sedangkan penelitian penulis menekankan mengenai bentuk perlindungan konsumen serta tanggung jawab operator seluler yang mengirimkan sms spam terhadap pengguna operator seluler dengan melihat apakah konsumen terganggu dengan SMS Spam yang diterimanya serta tindakan yang harus dilakukan oleh operator seluler agar tidak menganggu kenyamanan pengguna operator seluler dengan menggunakan metode penelitian secara empiris.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Keseimbangan perlindungan konsumen dengan produsen dapat dicapai dengan meningkatkan perlindungan terhadap konsumen, karena posisi produsen yang selama ini lebih kuat daripada konsumen.[7] Hukum konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial, ekonomi, daya saing maupun pendidikan.[8]

Keinginan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen yaitu menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.[9] Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam 2 (dua) aspek, yaitu :[10]

1) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang disepakati.
2) Perlindungan konsumen diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

---

[7] Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi I, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 102.

[8] Az Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Daya Widya, Jakarta, hlm. 64-65.

[9] Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 30.

[10] Zulham, 2016, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Prenadamedia Group, Jakarta, hlm. 22.

Perlindungan terhadap konsumen menyangkut banyak aspek kegiatan terutama dalam kegiatan bisnis. Hukum perlindungan konsumen memuat asas-asas yang bersifat mengatur serta melindungi kepentingan konsumen.

1. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

   Pada umumnya asas hukum tidak dituangkan dalam norma yang kongkrit, dengan demikian sifat asas hukum tersebut adalah umum dan abstrak.[11] Menurut Az Nasution definisi hukum konsumen ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.[12]

   Asas dalam hal ini merupakan landasan atau dasar sehingga dibangun tertib hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :[13]

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

---

[11] Mertokusumo, 1991, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar.*Liberty, Yogyakarta, hlm. 32-34

[12] Rosmawati, 2018, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I, Prenadamedia Group, Jakarta, hlm.3.

[13] Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Asas-asas yang disebutkan di atas bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu :[14]

a. Asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen

b. Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas bangan, dan

c. Asas kepastian hukum

Tujuan perlindungan konsumen dalam Pasal 3 UUPK adalah sebagai berikut :

1) Meningkatkan kesadaran diri, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4) Menetapkan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

[14] Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm.42.

6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselematan konsumen.

2. Konsumen dan Pelaku Usaha

a. Konsumen

Subjek hukum merupakan setiap makhluk yang berwenang untuk memiliki, memeroleh, dan menggunakan hak dan kewajiban dalam lalu lintas hukum sebagai pendukung hak dan kewajiban.[15] Dalam UUPK terdapat dua subjek hukum yakni Konsumen dan Pelaku Usaha. Keseimbangan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dan konsumen tidak terlepas dari adanya pengaturan tentang hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara para pihak.[16]

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”.[17]

Konsumen merupakan pihak atau orang yang menggunakan jasa atau produk dengan tujuan memenuhi kebutuhannya, jadi

[15] Utang Rasyidin, Dedi Supriyadi, 2014, *Pengantar Hukum Indonesia*, CV Pustaka Setia, Bandung, hlm.137.

[16] Aulia Muthiah, 2018, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi* Syariah,PT. Pusataka Baru, Yogyakarta, hlm.45.

[17] *Ibid*, hlm.49.

konsumen hanya menggunakan produk/jasa tanpa menjual kembali produk/jasa tersebut. Konsumen umumnya dapat diartikan sebagai pemakai terakhir dari suatu produk yang diserahkan kepadanya oleh pengusaha, yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan kembali.[18] Pengertian Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan.[19]

Konsumen itu sendiri dibedakan menjadi 2 (dua) :[20]

1. Konsumen akhir adalah konsumen yang mengonsumi secara langsung produk yang diperolehnya.
   a) Menurut BPHN “pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain dan tidak diperjualbelikan”
   b) Menurut YLKI “pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi keperluan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali”

[18] Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 17.
[19] Pasal 1 angka 2 UUPK
[20] Rosmawati, *Op.cit*, hlm.3

c) Menurut KUH Perdata “orang alamiah yang mengadakan perjanjian tidak bertindak selaku orang yang menjalankan profesi atau perusahaan”

Konsumen akhir merupakan konsumen yang memperoleh barang atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan mahluk hidup lain.[21]

2. Konsumen antara adalah konsumen yang memperoleh produk untuk memproduksi produk lainnya.

Ada dua cara untuk memperoleh barang, yakni : [22]

a) Membeli, bagi orang yang memperoleh suatu barang dengan cara membeli, tentu terlibat dengan suatu perjanjian dengan pelaku usaha.

b) Cara lain selain membeli, yakni hadiah, hibah, dan warisan

Konsumen antara dapat berupa distributor maupun agen, akan tetapi kedua istilah ini memiliki perbedaan karena distributor bertindak atas namanya sendiri sedangkan agen sebagai prinsipal.

Konsumen seringkali tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang seimbang dengan pelaku usaha. *Bargaining* merupakan jenis negoisasi antara penjual dan pembeli untuk

---

[21] Tatik Suryani, 2003, *Perilaku Konsumen*, Edisi I, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 12.

[22] Rosmawati, *Op.cit*, hlm.74

menentukan harga suatu barang. Salah satu contoh yang paling sering ditemukan yakni saat adanya perjanjian baku. Perjanjian baku adalah perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir sehingga konsumen tidak dapat ikut serta dalam pencantuman klausul yang diinginkan.

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.[23] Pelaku usaha merupakan istilah yang digunakan oleh pembuat undang-undang yang biasanya dikenal dengan istilah pengusaha[24]

Pelaku usaha yang dimaksudkan dalam UUPK sama dengan cakupan produsen yang dikenal di Belanda, karena produsen dapat berupa perorangan atau badan hukum.[25] Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian.[26] Pengertian pelaku usaha dalam UUPK mencakup segala badan usaha tanpa memperhatikan sifat badan hukumnya, sepanjang kegiatan

---

[23] Pasal 1 angka 3 UUPK

[24] Kelik Wardiono, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ombak (Anggota IKAPI), Yogyakarta, hlm.22.

[25] Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm.9.

[26] *Ibid,* hlm.9.

usahanya dalam bidang ekonomi dan bertempat di wilayah hukum Republik Indonesia.[27]

Dalam UUPK yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain. Perlindungan terhadap konsumen merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahakan dengan hak-hak serta kewajiban produsen. Berdasarkan *Dircetive*, pengertian produsen meliputi :[28]

1. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya.
2. Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk.
3. Siapa saja, yang dengan membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk penampakan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

Menurut kajian hukum umumnya yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum, yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk

[27] Kelik Wardiono, *Op.cit*, hlm.24
[28] Celine Tri Siwi Kristayanti, *Op.cit*, hlm.41

dipenuhi.[29] Adapun yang berkaitan dengan hak konsumen adalah hak konsumen sebagai manusia yaitu seorang mahluk yang berkaitan dengan hak hidup, hak mendapat keamanan. [30]

1. Hak dan Kewajiban Konsumen

   Berdasarkan Pasal 4 UUPK hak-hak konsumen yaitu :

   a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
   b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
   c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
   d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
   e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
   f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
   g. Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta diskriminatif;
   h. Hak untuk mendapatkan konpensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
   i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

   Berdasarkan substansi dari Pasal 4 UUPK di atas, maka dapat diketahui bahwa hak-hak konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu : [31]

[29] Aulia Muthiah, *Op.cit*, hlm.62
[30] *Ibid*, hlm.63
[31] Kelik Wardiono, *Op.cit*, hlm. 53

a. Hak yang berkaitan dengan keselamatan dan kesehatan jiwa konsumen terdapat pada Pasal 4 huruf a
b. Hak yang berkaitan dengan adanya informasi dari penawaran, pengiklanan, dan penawaran suatu barang dan/atau jasa, yang terkandung pada huruf b dan c.
c. Hak yang berkaitan dengan diperlakukan secara tidak diskriminatif, terkandung dalam huruf: d,e,f,g,h,i.
d. Hak untuk mendapat ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen, terkandung dalam huruf, i

Secara umum dikenal adanya empat hak dasar konsumen yaitu hak mendapatkan keamanan *(the right to safety)*, hak untuk mendapatkan informasi *(the right to be informed)*, hak untuk memilih *(the right to choose)*, dan akhirnya hak untuk didengar *(the right to be heard)*.[32]

Produk barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia semakin canggih, sehingga hal inilah yang kemudian kesenjangan terhadap kebenaran informasi dan daya tanggap masyarakat.[33]

Hak-hak konsumen diperlukan agar dapat membantu konsumen yang kurang teliti dalam membeli atau memakai suatu produk dan/atau jasa sehingga jika ada tindakan yang merugikan dirinya, konsumen dapat bertindah lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya.[34]

Kewajiban konsumen berdasarkan Pasal 5 UUPK adalah sebagai berikut :

a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan

[32] Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia,* PT Gramedia Widiasarana, Jakarta, hlm.16.
[33] Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.cit*, hlm.4
[34] Az Nasution, *Op.cit*, hlm.22

b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati
d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

Menurut Ahmadi Miru & Sutarman Yodo pentingnya kewajiban ini sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas namun konsumen yang tidak membaca peringatan tersebut.[35]

Mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha telah tertuang dalam UUPK, hal ini dilakukan agar terjadi keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen, adapun hak pelaku usaha menurut Pasal 6 UUPK yaitu :

a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik
c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK adalah sebagai berikut :

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan

[35] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm.48

c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan
f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam kasus pelanggaran hak konsumen harus dilakukan secara hati-hati agar tidak terjadi kesalahan mengenai siapa yang harus bertanggungjawab serta seberapa jauh tanggung jawab tersebut dapat dibebankan kepada pihak yang terkait.[36] Bagi konsumen produk barang dan/atau jasa yang diperlukan adalah produksi barang yang aman bagi keselamatan/kesehatan tubuh atau keamanan jiwa, serta umunya untuk kesejahteraan keluarga dan rumah tangganya.[37]

Tanggung jawab pelaku usaha ialah memberikan ganti rugi kepada konsumen sebagai akibat pencemaran, dan/atau mengonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha. Merupakan asas hukum yang umum berlaku bahwa dalam hukum perdata ganti rugi hanyalah mungkin diwajibkan bagi pelaku usaha untuk memberikan kepada

[36] Aulia Muthiah, *Op.cit*, hlm.116
[37] Adrian Sutedi, 2008, *Tanggungjawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm.1-2.

pihak yang dirugikan apabila telah terpenuhi hal-hal sebagai berikut:[38]

a. Telah terjadi kerugian bagi konsumen
b. Kerugian tersebut merupakan akibat dari perbuatan pelaku usaha
c. Tuntutan ganti rugi gugatannya telah diajukan oleh pihak yang berhak mengajukan gugatan menurut UUPK
d. Telah ada putusan yang telah memiliki kekuatan hukum tetap sehingga telah dapat dilaksanakan, putusan tersebut dapat berupa hasil kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen yang telah menyelesaikan sengketanya melalui penyelesaian dan/atau berupa putusan arbitrase BPSK atau berupa putusan pengadilan.

Tuntutan ganti kerugian yang dialami oleh konsumen yang dikarenakan akibat dari penggunaan produk didasarkan pada ketentuan yang secara garis besarnya dibedakan menjadi tuntutan ganti kerugian atas berdasarkan wanprestasi dan dan tuntutan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melanggar hukum.[39]

[38] Susanti Adi Nugroho, 2011, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen ditinjau dari hukum acara serta kendala implementasinya,* Kencana, Jakarta, hlm. 164.
[39] Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm.127

3. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Secara umum, prinsip tanggung jawab dalam hukum perdata dibedakan menjadi 5, yaitu:[40]

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*). Kalau yang digugat tidak terbukti maka tergugat bebas, harus dapat dibuktikan oleh yang mendalilkan kesalahan tergugat. Pada pasal 1365 BW yang berbunyi "tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain. Mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut." Dalam pasal ini terdapat unsur -unsur sebagai berikut:
   a. Adanya perbuatan
   b. Adanya unsur kesalahan
   c. Adanya kerugian yang diderita
   d. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.
2. Prinsip praduga selalu bertanggung jawab/pembuktian terbalik (*presumption of liability*). Tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai dia dapat membuktikan bahwa dia tidak bersalah. Jadi beban pembuktian ada pada si tergugat.

[40] Agnes Maria Janji Widyawati, 2018, *Tanggung Jawab Produsen Terhadap Konsumen Atas Barang Yang Menimbulkan Kerugian*, Jurnal Spektrum Hukum, Vol. 15/No. 2/Oktober 2018, hlm. 266-268.

3. Prinsip praduga tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of non liability*). Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan.
4. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*). Biasanya prinsip ini diterapkan karena beberapa hal, diantaranya:
    a. Konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks
    b. Diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya
    c. Asas ini dapat memaksa produsen lebih berhati-hati. Prinsip ini bisa digunakan untuk menjerat pelaku usaha (produsen barang) yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen (*product liability*). *Product liability* dapat dilakukan berdasarkan tiga hal:
        1) Melanggar jaminan, misalnya khasiat tidak sesuai janji
        2) Ada unsur kelalaian (*negligence*), misalnya lalai memenuhi standar pembuatan obat yang baik
        3) Menerapkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

5. Prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*). Contoh dari prinsip ini adalah dalam hal cuci cetak film, bila film yang dicuci itu hilang maka konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar sepuluh kali lipat dari harga aslinya.

Tanggung jawab pelaku usaha dalam hal transaksi dalam hukum perlindungan konsumen ada 3 macam, yaitu:[41]

1. Tanggung jawab atas informasi

   Tanggung jawab atas informasi ini meliputi tanggung jawab informasi atas iklan di internet (*webvertizing*), bisa juga tanggung jawab atas informasi atas kontrak elektronik, dan juga atas upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut.

2. Tanggung jawab atas produk

   Tanggung jawab atas produk disini yaitu pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi. Ganti rugi yang bisa dikenakan terhadap pelaku usaha misalnya, kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkannya atau diperdagangkannya.

3. Tanggung jawab atas keamanan

   Tanggung jawab atas keamanan yaitu pelaku usaha wajib untuk menjaga keamanan konsumen pada saat konsumen

[41] *Ibid*., hlm. 268-269.

melakukan transaksi, khususnya pada jaringan transaksi yang dilakukan secara elektronis. Pada transaksi ini harus mempunyai kemampuan untuk menjamin keamanan dan kehandalan arus informasi. Perlu diperhatikan untuk pihak *merchant* perlu menyediakan jaringan sistem yang cukup memadai untuk mengontrol keamanan transaksi.

Bentuk-bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam UUPK, antara lain:[42]

1. *Contractual liability*

   Tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau memanfaatkan jasa yang diberikannya. Dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen mengenai kesepakatan pada program investasi melalui internet, maka tanggung jawab pelaku usaha di sini didasarkan pada *contractual liability* (pertanggungjawaban kontraktual).

2. *Product liability*

   Tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban

[42] *Ibid*., hlm. 264-266.

produk tersebut didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum (*tortius liability*). Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. Jadi, *Product liability* dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggungjawaban produk. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 UUPK yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.

3. *Professional liability*

Dalam hal terdapat perjanjian (*privity contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, dimana prestasi pelaku usaha dalam hal ini sebagai pemberi jasa tidak terukur sehingga merupakan perjanjian ikhtiar yang didasarkan pada iktikad baik, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggungjawaban profesional ini menggunakan tanggung jawab langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikannya. Sebaliknya ketika hubungan perjanjian (*privity of*

contract) tersebut merupakan prestasi yang terukur sehingga merupakan perjanjian hasil, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggungjawaban profesional yang menggunakan tanggung jawab perdata atas perjanjian/kontrak (*contractual liability*) dari pelaku usaha sebagai pengelola program investasi apabila timbul kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikan.

4. *Criminal Liability*

Pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Dalam hal pembuktian, yang dipakai adalah pembuktian terbalik seperti yang diatur dalam Pasal 22 UUPK, yang menyatakan bahwa pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 UUPK, yaitu kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan dalam melakukan pembuktian. Jadi, kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggung jawaban itu dibebankan kepadanya. Tanggung jawab atas

suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau industri, dalam pengertian yuridis lazim disebut sebagai *product liability*.

B. Telekomunikasi dan Telepon Seluler

1. Pengertian Telekomunikasi dan Telepon Seluler

Telekomunikasi berasal dari bahasa Yunani yang artinya proses pertukaran antar dua pihak pada suatu jarak tertentu yang kemudian berkembang melewatkan sinyal dari suatu pemancar kepada penerima maupun sebaliknya.[43] Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, pengertian telekomunikasi adalah setiap pemancaran, pengiriman, dana tau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio, atau sistem elektromagnetik lainnya.

Sistem telekomunikasi adalah suatu kesatuan yang terdiri dari bagian-bagian yang lebih kecil yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu yaitu pertukaran informasi. Sistem telekomunikasi juga dapat dikatakan sebagai keseluruhan unsur/elemen baik infrastruktur telekomunikasi, perangkat telekomunikasi, sarana dan prasarana telekomunikasi, maupun

[43] Rahmatullah Ramadhan, 2017, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mobile Internet (Studi Pada Pengguna Mobile Internet 3*", Skripsi, Sarjana Terapan Teknik Telekomunikasi, Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang , hlm.7.

penyelenggara telekomunikasi, sehingga komunikasi jarak jauh dapat dilakukan.

Telekomunikasi pengawasannya harus ditujukan untuk sebesa-besarnya kepentingan dan kemakmuran rakyat. Hakikat terminologi telekomunikasi adalah "komunikasi jarak jauh".[44] Secara etimologi, komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio* dengan kata dasar *communis* yang berarti sama. Komunikasi adalah sebuah proses interaksi yang dilakukan untuk melakukan hubungan antara satu pihak dengan pihak lainnya. Sedangkan dalam KBBI pengertian komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih agar pesan tersebut dapat dipahami.

Komunikasi berperan penting dalam proses interaksi antar satu sama lain, komunikasi telah menjadi hal essensial dalam kehidupan. Setiap orang berinteraksi dengan cara komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana hingga cara yang paling kompleks, namun saat ini perkembangan teknologi telah merubah cara orang berkomunikasi secara drastis.[45]

Sejak diundangkannya UU Telekomunikasi pembangunan dan penyelenggaraan telekomunikasi telah menunjukkan peningkatan peran penting dan strategis dalam menunjang dan mendorong

---

[44] Judhariksawan, 2005, *Pengantar Hukum Telekomunikasi*, Edisi I, RajaGrafindo Persada, Jakarta, hlm.5.

[45] Grendi Hendrastomo, 2008, *Representasi Telepon Seluler dalam Relasi Sosial*, Universitas Yogyakarta, Yogyakarta, hlm. 4.

kegiatan perekonomian, memantapkan pertahanan dan pemerintah, memperkukuh persatuan dan kesatuan bangsa.

Telekomunikasi di Indonesia dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, adil dan merata, kepastian hukum, keamanan, kemitraan, etika, dan kepercayaan pada diri sendiri.[46] Telekomunikasi bertujuan untuk mendukung persatuan serta kesatuan bangsa.

Peraturan perundang-undangan diperlukan untuk mengatur tata pelaksanaan telekomunikasi di Indonesia agar tidak merugikan berbagai pihak dan menguntungkan pihak lain. Beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang telekomunikasi di Indonesia sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi;
2. Peraturan Pemerintah No. 52 Tahun 2000 tentang; Penyelenggaraan Telekomunikasi sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi, Dan Penyiaran;
3. Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Nomor: 05 /PER/M.KOMINFO/I/2006 tentang Penyelenggaraan Warung Telekomunikasi;

[46] Judhariksawan, *Op.cit*, hlm.5

4. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor : 30/PER/M.KOMINFO/09/2008 tentang Perubahan Keempat Atas Keputusan Menteri Perhubungan No. KM.20 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Jaringan Telekomunikasi.

Perkembangan teknologi telekomunikasi seluler di Indonesia telah mencapai generasi ketiga yang ditandai dengan diluncurkannya sistem seluler W-CDMA *(Wideband-Code Division Multiple Acces)* dan sistem UMTS oleh ETSI.[47]

Telepon genggam atau telepon seluler menjadi hal yang paling diminati oleh penduduk Indonesia. Telepon genggam hadir di Indonesia dalam bentuk resmi setelah dilakukan pengujian di Batam:

> "*…. Sistem yang telah dirintis pengoperasiannya adalah GSM, hal ini didasarkan pada SK. Dirjen Postel Nomor 4243/Dirjen/1993 tanggal 14 Oktober 1993, yang mengesahkan impelementasi GSM di Batam-Bintan sebagai proyek STBSD.*"[48]

Telepon seluler pertama kali ditemukan oleh Martin cooper seorang kayawan perusahaan Motorola pada tahun 1973. Penggunaan telepon seluler di Indonesia mulai berkembang sejak 16 oktober 1882 untuk menghubungkan Gambir dan Batavia.

Perkembangan telepon seluler dimulai dari sistem 0-G hingga sistem yang digunakan saat ini 4-G. Sistem telepon seluler

---

[47] Titin Winarti, *Sistem Komunikasi Seluler dengan Universal Mobile Telephone System*, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi. 2008.

[48] Muhamad Shiroth dan Nur Mohammad Amin, *Trend Industri Telekomunikasi di Indonesia*, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1998.

0-G hanya menggunakan sistem radio VHF yang menghubungkan telepon secara langsung pada PSTN *landline*. Kemudian muncullah telepon seluler generasi pertama yaitu 1G yang merupakan telepon seluler yang sebenarnya. Sistem yang digunakan saat itu masih bersifat regional dan kekurangan yang paling menonjol yaitu karena ukuran ponsel yang begitu besar sehingga tidak sesuai dengan ukuran tangan. Setelah generasi 1-G, sekitar tahun 1990-an telepon seluler telah menggunakan sistem 2-G dengan teknologi yaitu CDMA dan GSM atau dapat dikatakan pada masa ini telah digunakan sinyal digital. Kemudian generasi 3-G yang sudah memungkinkan pengguna menjagkau lebih luas lagi termasuk internet dan telah digunakan standar EDGE. Kemudian generasi saat ini disebut juga *Fourt Generation* (4G).[49] Sistem ini menawarkan solusi infrastruktur yang lebih baik seperti *Wireless Broadband* (*WiBro*), Bluetooth, dan masih banyak lainnya. 4G juga memberikan pelayanan pengiriman data yang cepat.

Saat ini telepon seluler telah dijadikan barang yang merupakan kebutuhan pokok oleh banyak kalangan. Hal inilah yang menyebabkan telepon dari masa ke masa terus berkembang karena semakin meningkatnya permintaan manusia. Penggunaan telepon seluler sebagai media komunikasi memberikan dampak

[49] Wikipedia, *Telepon Genggam*, https://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_genggam, diakses pada 18 November 2020 pukul 22.01 WITA

terhadap perilaku budaya serta memberi pengaruh terhadap relasi sosial antar individu. Komunikasi dengan telepon seluler memberikan kebebasan tanpa batas ruang dan waktu terhadap individu yang berkomunikasi setiap hari.

Telepon seluler mampu memberikan perubahan pada perilaku masyarakat. Ponsel menjadikan manusia sebagai mahluk yang kehidupannya menjadi ketergantungan terhadap telepon seluler atau yang lebih dikenal dengan ponsel.

2. Penyedia Jasa Operator Seluler

Perkembangan jasa telekomunikasi seluler di Indonesia semakin marak seiring dengan hadirnya bermacam *provider* yang memberikan penawaran yang jauh lebih murah dan berkualitas. Perkembangan bisnis dibidang seluler ini tidak menutup kemungkinan akan lahirnya perusahaan-perusahaan operator seluler yang lain.

Lima tahun pertama sejak kehadiran industri telekomunikasi di Indonesia hanya di dominasi oleh dua operator seluler, yakni PT. Telkomsel (Telekomunikasi Seluler) dan PT. Satelindo (Satelit Palapa Indonesia).[50]

Tahun 1967 didirikan perusahaan modal asing yakni PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk. (yang sekarang PT.Indosat

[50] Tengku Erfansyah, 2014, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Telkomsel Di Bandar Lampung*", Tesis, Pascasarjana Magister Manajemen, Fakultas Manajemen Universitas Lampung, Lampung.

Tbk). Tahun 1994 PT. Satelit Palapa Indonesia (Satelitindo) merupakan operator GSM pertama di Indonesia yang pemegang sahamnya adalah PT. Telkom Indonesia, PT. Indosat, dan PT. Bimagraha Telekomindo.

Pada tahun 1999 pemerintah kemudian mengeluarkan aturan mengenai larangan monopoli yang membuat PT. Telkom Indonesia tak lagi melakukan monopoli telekomunikasi, hal ini ditandai dengan dilepaskannya saham Satelitindo pada Indosat.

Pada bulan November 2003, PT. Satelitindo diakuisisi oleh PT. Indosat, namun PT. Satelitindo tidak mengalami perubahan setelah proses akuisisi berlangsung, sehingga bisnis antara keduanya tetap berlangsung dengan strategi pasar yang lebih cerdas.[51]

3. SMS Spam dan SMS *Gateway*

SMS merupakan singkatan dari *Short Message Service*. SMS memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan kapanpun dan dimanapun dengan ukuran maksimum pesan teks yaitu 160 karakter. SMS bertujuan untuk dijadikan alat pertukaran informasi antara dua *mobile subscriber.* Pada saat mengirim SMS dari ponsel, pesan tersebut tidak langsung dikirim ke ponsel tujuan, melainkan dikirim terdahulu ke SMS *Center* (SMSC), baru kemudian pesan tersebut diteruskan ke ponsel tujuan.

[51] Tengku Erfansyah, *Op.cit*.

Spam jika diartikan merupakan suatu pesan yang dikirim secara berulang dan tidak diharapkan oleh penerimanya. Secara umum bentuk spam dibedakan menjadi 7 yaitu :[52]

a. Spam Surat Elektronik

   Bentuk spam ini berupa surat elektronik yang tidak diminta dan biasanya bersifat komersil serta masuk dalam jumlah yang besar. Spam di surat elektronik ini mulai meresahkan penggunanya sekitar pertengahan 1990-an. Tekanan untuk membuat spam surat elektronik berhasil dibeberapa negara, dan menjadikan *spammers* mendapatkan keuntungan dari fakta ini sering mengirimkan spam ke negara lain sehingga tidak akan membuat mereka bermasalah secara hukum.

b. Spam Pesan Instan

   Spam ini memanfaatkan sistem dari pesan instan. Meskipun memiliki banyak kekurangan dibanding spam surat elektronik. Spam pesan instan cenderung tidak diblokir oleh *firewall* sehingga saluran ini berguna pagi para *spammers*.

c. *Usenet Newsgroup* dan Forum

   Spam newsgroup merupakan jenis spam yang sasarannya adalah pengguna *usenet newsgroup*. Spam ini masuk secara berulang dengan substansi pesan yang sama. Spam forum

[52]Wikipedia,*Spam*, https://id.wikipedia.org/wiki/*Spam*#Blog,_wiki,_dan_buku_tamu, diakses pada 13 November 2020 pukul 08.18 WITA.

adalah menciptakan pesan berupa iklan atau pesan yang tidak diingankan. Umumnya spam ini dilakukan oleh robot spam otomatis.

d. Spam Telepon Genggam

Spam ini diarahkan pada layanan pesan teks di ponsel. Spam ini sangat menganggu pengguna karena selain mengganggu kenyamanan, spam ini juga biasanya mengambil biaya dari setiap pesan teks yang diterima.

e. Permainan Daring

Banyak permainan daring yang memungkinkan pemain terhubung satu sama lain melalui pesan. Bentuk spam yang diperoleh biasanya melanggar syarat-syarat kontrak untuk situs web. Biasanya spammers untuk jenis ini menjual permainan yang berhubungan dengan barang dan uang dalam dunia nyata. Spam dilakukan melalui sistem pesan pada permainan tersebut, namun hal ini tidak disarankan oleh pengembang permainan daring karena bisa menganggu permainan.

f. Mesin Pencari Informasi Web (*Web Search Engine Spam*)

Spam ini disebut *spamdexing* yang merupakan singkatan dari *spamming* dan *indexing*. *Spamdexing* ini mengacu pada praktik di WWW ataupun HTML hal ini biasanya dilakukan agar mereka dapat meningkatkan kesempatan mereka sebagai yang paling banyak dicari dalam mesin pencarian.

g. Blog, Wiki, dan Buku Tamu

Spam blog merupakan spam yang dilakukan pada weblog. Tahun 2003 spam ini mengambil keuntungan dari komentar terbuka dengan berulang kali menempatkan komentar untuk berbagai postingan blog.

Spam sering menganggu pengguna jasa operator seluler tersebut, adapun ciri-ciri spam adalah :[53]

(1) Biasanya email spam akan masuk ke dalam direktori bulk atau direktori massal.

(2) Spam biasanya berisi penawaran barang, *software*, video, musik, atau konten berbau pornografi.

(3) Isi Spam biasanya berisi sesuatu hal yang tidak kita lakukan.

(4) Spam biasanya berisi himbauan untuk mengisi identitas pribadi.

(5) Spam terkadang menawarkan produk obat-obatan atau kesehatan.

(6) Spam sifatnya tidak merusak, tetapi membuat penerima tidak nyaman.

Spam merupakan bentuk pengiriman pesan teks namun tidak relevan atau tidak pantas ke sejumlah besar penerima. Spam ini tidak hanya menganggu tetapi juga dapat dikategorikan mengancam privasi orang-orang yang menggunakannya. Mengirim pesan yang bersifat komersial tanpa izin dari perangkat nirkabel dapat dikatakan

[53] Dominikus Juju, 2008, *Teknik Menangkal Kejahatan Internet Untuk Pemula*, Elex Media Komputindo, Jakarta, hlm.67

melanggar hukum. Saat menerima SMS spam dari operator seluler biasanya akan ada pilihan ingin berlangganan atau tidak, namun jika spam dikirim oleh pihak ketiga maka tidak ada pilihan untuk berhenti, sehingga SMS spam tersebut terus dikirim kepada pengguna jasa operator seluler.

SMS *Gateway* merupakan sebuah perangkat lunak yang diaplikasikan ke dalam suatu aplikasi dan dengan memanfaatkan teknologi seluler yang diintegrasikan guna mendistribusikan pesan-pesan yang di *generate* lewat sistem informasi melalui media SMS yang di *handle* oleh jaringan seluler.[54]

Sistem *gateway* ini memiliki fitur-fitur yang umum dikembangkan dalam aplikasinya yaitu :

1. *Auto Reply*

   SMS *Gateway* secara otomatis akan membalas SMS yang masuk, namun SMS *gateway* membalas jika penerima membalas SMS *gateway* tersebut dengan format yang dapat dikenali atau telah diatur oleh si pengirim SMS *gateway*.

2. Pengiriman massal

   SMS *gateway*, mengirimkan SMS ke banyak tujuan sekaligus.

[54] Jati Sasongko dan Dwi Budi Santoso, *Konsep Dasar SMS Gateway dan Aplikasi SMS Menggunkan Visual Basic 6 dan FBUS Lite,* Jurnal Teknologi Infomrasi DInamik, Fakultas Teknologi Informasi, Universirtas Stikubank Semarang, Volume XII, hlm. 16-21.

3. Pengiriman terjadwal

   SMS *gateway* dapat diatur untuk dikirimkan ke tujuan secara otomatis pada waktu tertentu.