

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Perlindungan Konsumen Penumpang Pesawat Terbang**

###### **a. Pengertian Pelindungan Konsumen**

Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Berdasarkan pengertian menurut UUPK tersebut di atas maka dapat dijabarkan bahwa tindakan-tindakan yang bertujuan untuk memberi kepastian kepada konsumen merupakan upaya dalam rangka melindungi konsumen. Kepastian yang dimaksud di dalam UUPK mencakup berbagai aspek baik terkait dengan subjek di dalam perjanjian juga terkait dengan objek yang diperjualbelikan.

UUPK dibentuk dengan tujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, namun tidak menutup kemungkinan juga memberikan perlindungan terhadap para pelaku usaha. Konsumen atau pembeli merupakan salah satu subjek dari perjanjian jual beli. Konsumen merupakan salah satu aspek yang penting di dalam proses perdagangan, sehingga hak-haknya harus dilindungi oleh hukum. UUPK meskipun merupakan sebuah peraturan perundang-undangan

yang bertujuan untuk melindungi para konsumen namun tidak hanya fokus kepada konsumen melainkan juga para pelaku usaha.

Pasal 1 angka 2 UUPK mengartikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pasal 2 UUPK mengatur tentang penjabaran masing-masing asas, yang dimiliki oleh konsumen yaitu :

- 1) Asas Manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dikelompokkan ke dalam asas manfaat oleh karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri merupakan bagian dari manfaat penyelenggaraan perlindungan yang diberikan kepada konsumen disamping kepentingan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas Keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan. Asas keseimbangan yang dikelompokkan ke dalam asas keadilan mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah keadilan bagi kepentingan masing-masing pihak yaitu konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.

- 3) Asas Kepastian Hukum yang dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum bagi para konsumen agar tercapai kesejahteraan dalam hidup di Indonesia yang merupakan negara hukum.

Hak Konsumen diatur di dalam Pasal 4 UUPK yang merumuskan hak konsumen sebagai berikut :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

UUPK mengatur hal-hal yang pada dasarnya bertujuan untuk memberikan jaminan kepastian bagi para konsumen agar merasa tetap terlindungi. Berikut merupakan hal penting dan mendasar yang diatur oleh UUPK :

- 1) Hak dan Kewajiban Konsumen
- 2) Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha
- 3) Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha
- 4) Ketentuan Pencantuman Klausula Baku
- 5) Tanggung Jawab Pelaku Usaha
- 6) Penyelesaian Sengketa

#### **b. Perlindungan Penumpang Pesawat Terbang**

Pada umumnya masalah yang sering dialami oleh para penumpang pesawat terbang yakni berkaitan dengan penerbangan yang tidak sesuai dengan jadwal penerbangan ataupun bagasi yang hilang atau tertinggal. Penumpang yang dimaksud dalam perlindungan konsumen pesawat terbang diartikan secara resmi di dalam Pasal 1 angka 5 Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 89 Tahun 2015 tentang Penanganan Keterlambatan Penerbangan (*delay management*) pada Badan Usaha Angkutan Udara Niaga Berjadwal di Indonesia (Perma 89 Tahun 2015) yang menyatakan bahwa

penumpang adalah orang yang menggunakan jasa angkutan udara dan namanya tercantum dalam tiket yang dibuktikan dengan dokumen identitas diri yang sah dan memiliki pas masuk pesawat (*boarding pass*). Peraturan menteri ini juga memberikan pengertian terhadap angkutan udara di dalam Pasal 1 angka 1 yang mengartikan bahwa angkutan udara adalah setiap kegiatan dengan menggunakan pesawat udara untuk mengangkut penumpang kargo dan/atau pos untuk satu perjalanan atau lebih dari satu bandar udara ke bandar udara yang lain atau beberapa bandar udara.

Pasal 2 Perma 89 Tahun 2015 menyatakan bahwa keterlambatan penerbangan pada badan usaha angkutan niaga berjadwal terdiri dari :

- 1) Keterlambatan penerbangan (*flight delayed*)
- 2) Tidak terangkutnya penumpang dengan alasan kapasitas pesawat udara (*denied boarding passenger*) dan
- 3) Pembatalan penerbangan (*cancelation of flight*)

Keterlambatan penerbangan dihitung berdasarkan perbedaan waktu antara waktu keberangkatan atau kedatangan yang dijadwalkan dengan realisasi waktu keberangkatan atau kedatangan yaitu pada saat pesawat *block off* meninggalkan tempat parkir pesawat (*apron*) atau pada saat pesawat *block on* dan parkir di *apron* bandara tujuan.

Keterlambatan Penerbangan kemudian dikelompokkan menjadi 6 kategori keterlambatan dengan konsekuensinya masing-masing. Berikut merupakan pembagian kategori keterlambatan beserta dengan

kompensasi yang harus diberikan oleh pihak maskapai atas keterlambatan tersebut :

- 1) Kategori 1, keterlambatan 30 menit sampai dengan 60 menit memberikan kompensasi berupa minuman ringan;
- 2) Kategori 2, keterlambatan 61 menit sampai dengan 120 menit memberikan kompensasi berupa minuman dan makanan ringan (*snack box*);
- 3) Kategori 3, keterlambatan 121 menit sampai dengan 180 menit memberikan kompensasi berupa minuman dan makanan berat (*heavy meal*);
- 4) Kategori 4, keterlambatan 181 menit sampai dengan 240 menit memberikan kompensasi berupa minuman, makanan ringan (*snack box*), makanan berat (*heavy meal*);
- 5) Kategori 5, keterlambatan lebih dari 240 menit mendapatkan kompensasi berupa ganti kerugian sebesar Rp.300.000,00 (tiga ratus ribu rupiah)
- 6) Kategori 6, pembatalan penerbangan mendapatkan kompensasi berupa pengalihan penerbangan ke penerbangan berikutnya atau mengembalikan seluruh biaya tiket (*refund ticket*)
- 7) Bagi keterlambatan dalam kategori 2 sampai dengan 5, maka penumpang dapat dialihkan ke penerbangan berikutnya atau mengembalikan seluruh biaya tiket (*refund ticket*)

Penumpang pesawat terbang mendapat perlindungan sebagai konsumen tidak hanya pada saat timbulnya kerugian karena penerbangan pesawat tidak sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan. Penumpang pesawat juga dilindungi dengan memperoleh hak untuk memperoleh informasi keterlambatan seperti yang diungkapkan di dalam Pasal 7 ayat (3) Perma No 89 Tahun 2015 yang mewajibkan badan usaha angkutan udara untuk menyampaikan informasi keterlambatan penerbangan, melalui petugas yang berada di ruang tunggu bandar udara yang ditunjuk secara khusus untuk menjelaskan atau memberik keterangan kepada penumpang. Informasi yang harus diberikan kepada penumpang apabila terjadi keterlambatan penerbangan maka meliputi :

- 1) Adanya informasi yang benar dan jelas mengenai alasan keterlambatan penerbangan dan kepastian keberangkatan yang disampaikan kepada penumpang secara langsung melalui telepon atau pesan layanan singkat, atau melalui media pengumuman, selambat-lambatnya 45 (empat puluh lima) menit sebelum jadwal keberangkatan atau sejak pertama kali diketahui adanya keterlambatan;
- 2) Adanya informasi yang benar dan jelas mengenai pembatalan penerbangan dan kepastian keberangkatan yang disampaikan kepada penumpang secara langsung melalui telepon atau pesan

layanan singkat atau melalui media pengumuman, paling lambat 7 (tujuh) hari kalender sebelum pelaksanaan penerbangan;

- 3) Dalam hal keterlambatan penerbangan yang disebabkan oleh faktor cuaca, informasi dapat disampaikan kepada penumpang sejak diketahui adanya gangguan cuaca; dan Adanya informasi yang benar dan jelas mengenai perubahan jadwal penerbangan (*reschedule*) yang disampaikan kepada penumpang secara langsung melalui telepon atau pesan layanan singkat, atau melalui media pengumuman, paling lambat 24 (dua puluh empat) jam sebelum pelaksanaan penerbangan.

## 2. Niat untuk Membeli

Shung *et, al* (2011) mengatakan di dalam penelitiannya bahwa niat beli memiliki implikasi yang luas dan sering memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku seseorang. Berdasarkan pengertian tersebut di atas maka kita dapat mengaitkan dengan para calon penumpang pesawat terbang dimana niat beli seorang calon penumpang akan berpengaruh atau dapat terlihat dari perilaku kehidupan seseorang. Sebagai contoh, seorang dari kelas sosial yang tinggi biasanya akan membeli tiket pesawat di kelas bisnis bukan ekonomi begitu pula dengan pemilihan maskapai penerbangannya mereka akan memilih jenis maskapai penerbangan dengan kualitas terbaik atau harga termahal. Sama halnya seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2015) bahwa niat beli

merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk dengan merek yang disukainya.

Roslina (2009) menyatakan bahwa sebelum melakukan pembelian, pelanggan biasanya akan mengumpulkan informasi yang berasal dari lingkungannya, kemudian setelah semua informasi dikumpulkan, maka pelanggan akan mulai melakukan penilaian terhadap produk, melakukan evaluasi serta membuat keputusan pembelian setelah membandingkan serta mempertimbangkannya. Informasi yang mudah dipahami dan dapat memuaskan pelanggan akan dipersepsikan sebagai informasi yang berkualitas dan dapat menimbulkan persepsi pada pelanggan bahwa produk tersebut merupakan produk yang baik. Apabila dikaitkan dengan pembelian tiket pesawat terbang, maka para calon penumpang tentunya mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya terhadap suatu maskapai penerbangan sebelum menentukan apakah membeli tiket pesawat terbang dari maskapai tersebut ataukah tidak.

## B. Penelitian Terdahulu

**TABEL 2.1**  
**PENELITIAN TERDAHULU**

NO	JUDUL	HASIL
1	<i>Awareness in Consumer about Consumer Protection Act. &amp; Consumer Right in India</i> Oleh : Sharma (2013)	Kesadaran konsumen di India berkembang dari hari ke hari. Perlindungan konsumen Act 1986 adalah undang-undang sosial baik hati yang dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari eksploitasi. Hal ini menjadi kendaraan untuk konsumen mendapat keamanan yang cepat dan ganti rugi dari sengketa mereka. Survei jelas menunjukkan bahwa semua responden memiliki kesadaran umum dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen.
2	<i>Measuring Consumer Satisfaction with Consumer Protection Agencies : Some Insights from Saudi Arabia</i> Oleh : Ghandi dan Sohail(2007)	Hasil berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan secara keseluruhan terutama berasal dari tujuan dan peran yang dimainkan oleh lembaga perlindungan konsumen. Hasil menunjukkan bahwa konsumen menetapkan berbagai tingkat pentingnya dimensi ketika mengevaluasi kepuasan dengan lembaga perlindungan konsumen di Arab Saudi.
3	<i>The myth of the ethical consumer – do ethic matter in purchase behaviour?</i> Marylyn, dkk (2001)	Penelitian ini melakukan penelitian mengenai etika konsumen dan di dalamnya terkandung perlindungan hukum yang diberikan pemerintah terhadap konsumen dan pengaruhnya pada perilaku pembelian konsumen
4	Perlindungan Konsumen mengenai Klausula Baku dalam Tiket Pesawat yang Mengatur tentang Pembatalan ( <i>cancel</i> )	Hasil dari penelitian ini telah memberikan gambaran yang jelas mengenai hak-hak penumpang sebagai konsumen, kewajiban pengangkut dan tanggung

NO	JUDUL	HASIL
	dan/atau keterlambatan ( <i>delay</i> ) Wahyujatmiko (2010)	jawab kepada para pihak mengenai klausula baku.
4	Perlindungan Hukum Penumpang Pesawat Udara berdasarkan UU No.8 Tahun 1999 dalam hubungannya dengan Standart Tarif Tiket Pesawat di Indonesia Adriany (2009)	Pada penelitian ini membahas mengenai harga tiket yang tinggi pada <i>peak season</i> namun kualitas pelayanan yang diberikan semakin rendah sehingga para konsumen merasa tidak terlindungi dan dirugikan oleh maskapai penerbangan. Perang tarif yang terjadi di khawatirkan dapat menimbulkan keresahan dalam masyarakat dan mempengaruhi niat untuk membeli tiket pesawat terbang maskapai penerbangan tertentu.
5	Value Balance in Consumer Protections Hasan (2015)	Penelitian ini menjelaskan mengenai keseimbangan antara perlindungan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.
6	Effectiveness of consumer Protections ATCONF (2013)	Efektivitas dalam aturan mengenai perlindungan konsumen dianggap sebagai suatu hal yang sangat penting sehingga dibutuhkan perhatian lebih. Pada penelitian ini menggambarkan perilaku konsumen yang berbeda-beda tergantung daripada keefektivan pemberlakuan perlindungan konsumen
7	Consumer Protection Luke dan Paul (2007)	Persaingan yang pesat menyebabkan konsumen lebih berhati-hati di dalam memilih produk yang akan dikonsumsi sehingga apabila suatu produk dilindungi oleh hukum yakni hukum perlindungan konsumen, maka produk tersebut akan lebih diminati dibandingkan dengan produk lainnya.

### C. Hipotesis

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sharma (2013) dilakukan penelitian mengenai pengaruh perlindungan konsumen yang diberlakukan di negara India terhadap masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Pada awalnya para konsumen yang ada di India tidak peduli dengan keberadaan perlindungan konsumen sebagai salah satu hukum di negaranya yang berfungsi untuk melindungi hak-hak para konsumen. Sebelum para konsumen menyadari keberadaan aturan mengenai perlindungan hukum tersebut maka perekonomian di India tidak cukup baik, namun konsumen di India terus mengalami kesadaran terkait dengan keberadaan aturan dari perlindungan konsumen tersebut dari hari ke hari.

Keadaan ini menyebabkan para konsumen di India tidak ragu-ragu untuk membelanjakan uangnya dan merasa terlindungi dengan kehadiran peraturan mengenai perlindungan hukum tersebut. Hal ini yang kemudian menjadi wahana bagi konsumen untuk mendapatkan keamanan yang tinggi serta ganti kerugian dari sengketa yang mereka alami. Survei yang dilakukan di dalam penelitian ini jelas menunjukkan mengenai keterkaitan antara perlindungan hukum konsumen dengan peningkatan niat beli pada masyarakat. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sharma yakni bahwa perlindungan konsumen berpengaruh signifikan terhadap peningkatan perekonomian masyarakat di India karena meningkatnya niat masyarakat untuk membeli suatu produk, terutama dikarenakan adanya rasa aman dan terlindungi dengan kehadiran peraturan mengenai

perlindungan hukum konsumen di India. Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, maka penulis menyampaikan hipotesis sebagai berikut :

**H-1 : Perlindungan konsumenn berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk membeli tiket pesawat terbang Lion Air rute Jogja-Jakarta**

Penelitian yang dilakukan oleh Julina (2014) yakni mengenai perbedaan perspektif konsumen berdasarkan gender terhadap niat beli produk asing, maka ditemukan hasil bahwa penelitian tersebut membuktikan mengenai tidak terdapat perbedaan persepsi antara pria dan wanita dalam citra perusahaan dan niat membeli produk asing. . Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, maka penulis menyampaikan hipotesis sebagai berikut

**H-2 :Tidak terdapat perbedaan persepsi mengenai perlindungan konsumen pesawat terbang Lion Air dengan rute Jogja-Jakarta berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan.**

**H-3 :Tidak terdapat perbedaan persepsi niat untuk membeli berdasarkan jenis kelamin dan pendapatan.**

#### **D. Kerangka Penelitian**

Kerangka penelitian ini bukan merupakan sebuah replikasi dari satu kerangka penelitian sebelumnya Berdasarkan tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu, maka didapati hasil kerangka pemikiran sebagai berikut.

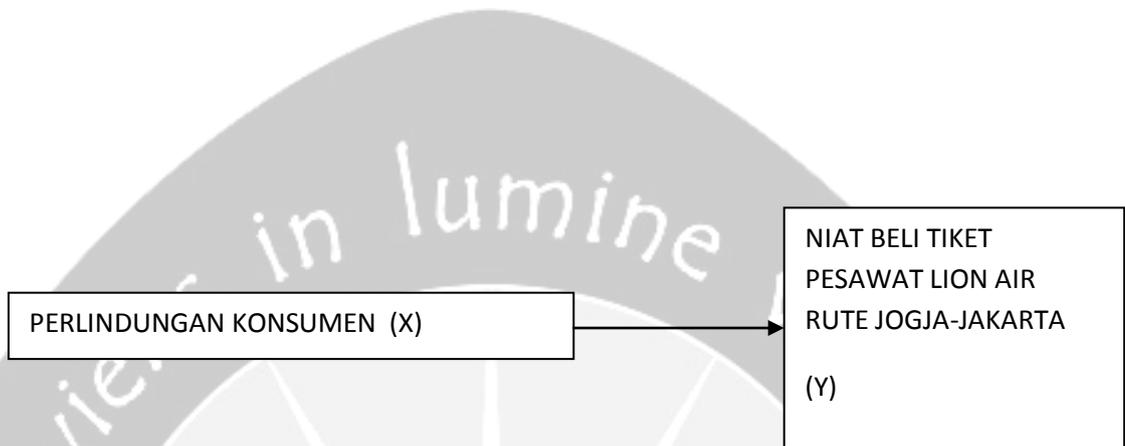
Pada penelitian yang dilakukan oleh Sharma (2013) dilakukan penelitian mengenai pengaruh perlindungan konsumen yang diberlakukan di negara India terhadap masyarakat pada umumnya dan konsumen pada khususnya. Pada awalnya para konsumen yang ada di India tidak peduli dengan keberadaan perlindungan konsumen sebagai salah satu hukum di negaranya yang berfungsi untuk melindungi hak-hak para konsumen. Sebelum para konsumen menyadari keberadaan aturan mengenai perlindungan hukum tersebut maka perekonomian di India tidak cukup baik, namun konsumen di India terus mengalami kesadaran terkait dengan keberadaan aturan dari perlindungan konsumen tersebut dari hari ke hari.

Keadaan ini menyebabkan para konsumen di India tidak ragu-ragu untuk membelanjakan uangnya dan merasa terlindungi dengan kehadiran peraturan mengenai perlindungan hukum tersebut. Hal ini yang kemudian menjadi wahana bagi konsumen untuk mendapatkan keamanan yang tinggi serta ganti kerugian dari sengketa yang mereka alami. Survei yang dilakukan di dalam penelitian ini jelas menunjukkan mengenai keterkaitan antara perlindungan hukum konsumen dengan peningkatan niat beli pada masyarakat. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sharma yakni bahwa perlindungan konsumen berpengaruh signifikan terhadap peningkatan perekonomian masyarakat di India karena meningkatnya niat masyarakat untuk membeli suatu produk, terutama dikarenakan adanya rasa aman dan terlindungi dengan kehadiran peraturan mengenai perlindungan hukum konsumen di India.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghandi dan Sohail(2007) juga menjadi dasar dalam pembentukan penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Ghandi dan Sohail(2007) yakni mengenai kepuasan yang dirasakan oleh para konsumen ketika peraturan mengenai perlindungan konsumen di Arab Saudi terlaksana dengan baik atau dengan kata lain konsumen merasa aman dan terlindungi sehingga meningkatkan keinginannya untuk berbelanja ketika apabila terjadi pelanggaran atas hak-haknya seperti yang diatur di dalam perlindungan konsumen dapat diatasi dengan baik oleh lembaga yang bersangkutan. Sehingga hasil dari penelitian ini, yakni berupa perlindungan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga meningkatkan keinginan konsumen untuk berbelanja.

Luke dan Paul (2007) juga melakukan penelitian yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan peningkatan niat beli pada konsumen. Dalam penelitiannya diungkapkan bahwa persaingan yang pesat menyebabkan konsumen lebih berhati-hati di dalam memilih produk yang akan dikonsumsi sehingga apabila suatu produk dilindungi oleh hukum yakni hukum perlindungan konsumen, maka produk tersebut akan lebih diminati dibandingkan dengan produk lainnya. Dengan demikian dalam penelitian Luke dan Paul (2007) menyatakan bahwa perlindungan konsumen merupakan salah satu faktor yang penting dan mempengaruhi seseorang dalam membeli sebuah produk.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, maka penulis menyampaikan kerangka penelitian sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Penelitian**