



DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i4>

Received: 3 Juni 2024, Revised: 15 Juni 2024, Publish: 17 Juni 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Perlindungan Konsumen dalam Penipuan Transaksi Pembelian Tiket Konser Secara *Online*

Aziza Zulia Zaini¹

¹ Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: azizazaini@gmail.com

Corresponding Author: azizazaini@gmail.com

Abstract: Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection can be used as a reference for every business actor in carrying out trade transactions, both conventional trade and online trade or e-commerce. This journal will explain the main issues, namely regarding the aspects of consumer protection in the Consumer Protection Law for consumers who carry out online buying and selling transactions, as well as the aspects of responsibility of business actors in the case of not being able to fulfill consumer protection rights in online buying and selling transactions. The method used in this research is a normative legal research method, namely research by reviewing or studying documents because this research was carried out or aimed only at written laws and regulations and other legal materials. Enforcement of consumer protection in concert ticket fraud cases can be carried out through two efforts, namely private enforcement efforts and government enforcement. UUPK applies as enforcement carried out by the Government. Meanwhile, regarding the responsibility of business actors for losses from consumers, business actors can provide compensation which can be in the form of a refund or return of similar or equivalent services.

Keyword: Consumer Protection, Online Transaction.

Abstrak: UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat dijadikan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui online atau e-commerce. Jurnal ini akan menguraikan pokok permasalahan yakni terkait bagaimana aspek perlindungan konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual beli online, serta bagaimana aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam hal tidak dapat memenuhi hak perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif yaitu penelitian dengan kajian atau studi dokumen karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan-peraturan perundang-undangan secara tertulis dan bahan hukum lain. Penegakan perlindungan konsumen dalam kasus penipuan tiket konser dapat dilakukan melalui dua upaya, yakni upaya penegakan swasta dan penegakan Pemerintah. UUPK berlaku sebagai penegakan yang dilakukan oleh Pemerintah. Sementara mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian

dari konsumen, pelaku usaha dapat melakukan ganti rugi yang mana dapat berupa pengembalian uang atau mengembalikan jasa yang serupa atau senilai.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Transaksi Online.

PENDAHULUAN

Di tengah hiruk-pikuk dunia modern dengan berbagai macam pasar yang massif pada konsumsi media, industri musik menjadi salah satu pasar yang naik secara massif dan sangat signifikan. Dekade 2000 menjadi pionir dari adanya layanan *streaming* pada platform online, sebut saja lewat YouTube¹, dan mulai merambah pada dekade 2010 dimana Spotify², Apple Music³ dan YouTube Music⁴ mulai bertebaran digunakan oleh masyarakat. Dengan adanya kemudahan dalam mengakses musik-musik dari musisi belahan dunia ini, terdapat banyak tuntutan dari para penggemar untuk menyelenggarakan konser di berbagai kota maupun negara.

Jika membicarakan mengenai tur dunia yang sedang berjalan dengan sukses sekarang, penyanyi internasional asal Amerika Serikat, Taylor Swift, mengumumkan tur dunianya pada November 2022 yang akan diselenggarakan sejak Maret 2023 sampai November 2024.⁵ Sementara di Indonesia sendiri, terdapat banyak permintaan dari para penggemar untuk penyanyi-penyanyi internasional untuk mengadakan turnya ke Indonesi, salah satunya adalah Coldplay yang telah mengadakan konser perdananya di Jakarta, Indonesia, pada bulan November 2023 ini.⁶ Maupun konser-konser dari *boyband* dan *girlband* asal Korea Selatan yang seringkali mendatangi Indonesia untuk menggelar tur dunianya.

Dengan masifnya permintaan untuk diadakan konser ini, munculnya para promotor beserta perusahaan yang menjual tiket konser tentu ikut menjamur. Seperti Ticketmaster⁷, yang menjadi salah satu pemain besar dalam industri penjualan tiket konser pada skala internasional, tidak hanya di Amerika Serikat saja. Penjualan tiket yang dilakukan oleh Ticketmaster maupun perusahaan-perusahaan penjualan tiket lainnya, kini dilakukan dengan melalui situs *e-commerce* maupun website yang disediakan sendiri oleh perusahaan.⁸

¹YouTube adalah situs web membagikan video, di mana pengguna dapat mempublikasikan, serta menonton video secara gratis. Di platform ini juga terdapat berbagai macam jenis video, mulai dari film pendek, video edukasi, video motivasi, hingga video klip musik para musisi terkenal di dunia.

²Spotify adalah layanan musik, podcast, dan video digital yang memberi pelanggan akses ke jutaan lagu dan konten lain dari pembuat konten di seluruh dunia.

³Apple Music adalah layanan streaming musik berbasis langganan, seperti Spotify, yang menawarkan akses ke lebih dari 100 juta lagu. Ini dikemas dengan fitur, termasuk mendengarkan offline ketika Anda tidak terhubung, dan menggabungkan semua musik Anda di satu tempat - bahkan lagu yang diambil dari CD.

⁴YouTube Music adalah layanan streaming musik dan aplikasi seluler yang dikembangkan oleh YouTube, yang merupakan anak perusahaan dari Google.

⁵Chris Willman, "Taylor Swift Announces 2023 'Eras Tour' of U.S. Stadiums", diakses dari <https://variety.com/2022/music/news/taylor-swift-announces-2023-tour-1235419454/> pada tanggal 25 April 2024 pukul 17:08 WIB

⁶Fiqih Rahmawati, "Coldplay Gelar Konser Pertama di Indonesia, Chris Martin Sapa Penggemar: Kami Sangat Bersemangat", diakses dari <https://www.kompas.tv/entertainment/404948/coldplay-gelar-konser-pertama-di-indonesia-chris-martin-sapa-penggemar-kami-sangat-bersemangat#> pada 25 April 2024 pukul 17:15 WIB

⁷Ticketmaster Entertainment, Inc. adalah sebuah perusahaan distribusi dan penjualan tiket Amerika Serikat yang berbasis di Beverly Hills, California dengan operasi di banyak negara di seluruh dunia. Pada 2010, perusahaan tersebut digabung dengan Live Nation dengan nama Live Nation Entertainment

⁸Erik Holmstrom, "Dancing in the Dark: An Analysis of the Live Entertainment Industry and the Deceptive Market Practices of Ticketmaster and Live Nation", *Western Journal of Legal Studies*, Vol. 9, No. 2, (2019), hlm 1.

Sementara di Indonesia, para promotor konser biasanya menggunakan platform seperti tiket.com dan loket.com.⁹ Dua platform ini merupakan platform online yang cukup sering digunakan oleh para promotor konser untuk menjual tiket konsernya. Hal ini tentu tidak luput dari kemudahan dalam mengakses internet, membuat konsumen *e-commerce* meningkat, beberapa alasannya antara lain, adalah praktis, kemudahan sistem pembayaran, efisiensi waktu yang difasilitasi dari pelaku usaha online. Namun dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, timbul pula kekhawatiran akan tanggung jawab perusahaan online kepada konsumen *e-commerce*.

Namun, dalam kasus penjualan tiket konser di beberapa tahun belakangan ini, ada banyak para pihak yang disebut sebagai calo, yang turut menguasai pasar dalam industri ini. Para calo tersebut biasanya mendapatkan tiket konser, dan akan menjualnya kembali kepada para penggemar dengan harga yang dinaikkan beberapa kali lipat. Serta banyak kasus dimana para calo ini melakukan penipuan kepada beberapa konsumen yang membeli tiketnya.

Pada konser-konser yang diselenggarakan di Indonesia akhir-akhir ini, banyak calo yang terlibat dalam penipuan kepada para konsumennya. Seperti salah satu terpidana dengan inisial GDA yang divonis tiga tahun penjara oleh Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, atas kasus penipuan tiket konser Coldplay senilai Rp5,1 miliar.¹⁰ Atau kasus yang paling baru adalah penipuan terhadap para penggemar grup asal Korea Selatan, NCT Dream, yang memakan kerugian korban hingga ratusan juta.¹¹

Akibat dari adanya penipuan terhadap konsumen tersebut, maka konsumen mengalami kerugian yang seharusnya tidak dirasakan oleh konsumen. Dalam hal ini konsumen berada pada posisi yang lemah¹² dan memerlukan suatu perlindungan, dalam hal ini Undang-Undang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya akan disebut UUPK) seharusnya menjadi wadah perlindungan hukum bagi para konsumen.

UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan melalui *online* atau *e-commerce*.¹³

UU Perlindungan konsumen merupakan pedoman pelaku usaha dan konsumen dapat menjalankan usahanya secara fair dan tidak merugikan konsumen. Perlindungan konsumen dalam era digital *e-commerce* ini menjadi hal yang penting dan dibutuhkan, ketika penjual dan pembeli hanya bermodalkan asas kepercayaan dalam melakukan transaksi perdagangan elektronik.

Perlindungan terhadap konsumen bertujuan agar konsumen mendapatkan kepastian hukum, keamanan, kenyamanan dalam menggunakan barang/jasa yang dijual. Meskipun telah diterbitkannya UUPK yang telah mengatur hak yang diperoleh oleh konsumen, namun dalam pelaksanaannya dalam masyarakat masih terdapat pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam UUPK yang merugikan konsumen.

Bedasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut serta pembahasan dalam bentuk jurnal dengan menguraikan pokok

⁹Vincentius Mario dan Kistyarini, "Link dan Cara Beli Tiket Konser NIKI di Jakarta", Kompas, diakses dari <https://www.kompas.com/hype/read/2023/05/18/093025666/link-dan-cara-beli-tiket-konser-niki-di-jakarta?page=all> pada tanggal 26 April 2024.

¹⁰BBC News Indonesia, "Terdakwa penipuan tiket konser Coldplay divonis tiga tahun penjara, korban: 'Saya enggak bakal percaya calo lagi'," diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cw42kivr33go> pada tanggal 26 April 2024.

¹¹CNBC Indonesia, "Penipuan Tiket Konser Terjadi Lagi, Fans NCT Dream Korban Ratusan Juta," diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240521131024-128-540105/penipuan-tiket-konser-terjadi-lagi-fans-nct-dream-korban-ratusan-juta> pada tanggal 22 Mei 2024.

¹² Louis Yulius, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk yang Merugikan Konsumen", Jurnal Lex Privatum, Vol.1 No. 3, Juli 2013

¹³Deki Pariadi, "Pengawasan E-Commerce dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen", Jurnal Hukum & Pembangunan Ke-48 No. 3, (2018)

permasalahan yakni terkait bagaimana aspek perlindungan konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen terhadap konsumen yang melakukan transaksi jual beli online, serta bagaimana aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam hal tidak dapat memenuhi hak perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif yaitu penelitian dengan kajian atau studi dokumen karena penelitian ini dilakukan atau ditujukan hanya pada peraturan perundang-undangan secara tertulis dan bahan hukum lain.¹⁴ Dalam penelitian ini yang akan digunakan adalah teori perlindungan hukum sebagaimana menurut Soerjono Soekanto, teori perlindungan hukum pada dasarnya merupakan perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum.¹⁵

Jenis dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas.¹⁶ Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.¹⁷ Adapun bahan-bahan sekunder berupa semua publikasi tentang hukum, meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum dan komentar-komentar atas putusan pengadilan. Setelah penulis mengumpulkan sumber bahan hukum, dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*), yaitu dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.¹⁸ Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, sehingga metodenya analisa datanya bersifat kualitatif, tidak berbentuk angka.¹⁹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika membicarakan mengenai upaya aspek perlindungan konsumen terhadap pelanggaran penjualan tiket secara online yang dilakukan oleh calo, seharusnya hal ini upaya-upaya ini seharusnya berpusat pada dua hal jalur utama: penegakan swasta dan penegakan pemerintah.²⁰

Upaya yang dapat dilakukan oleh penegakan dari pihak-pihak swasta sebagai penjual tiket adalah dengan melakukan pendekatan berbeda untuk mengatasi surplus calo, contohnya dengan meningkatkan keamanan situs web, penjualan secara langsung, adanya sistem imbalan, serta dapat menggunakan identifikasi data pribadi dari pada konsumen yang membeli tiketnya secara langsung.²¹

Pelaku usaha yang melakukan kegiatan usahanya melalui daring, tentu berbeda dengan pelaku usaha yang memasarkan usahanya secara luring, dalam kegiatan usaha daring bahwa para individu lebih mampu berpartisipasi dalam kegiatan penawaran dan permintaan. Penegakan swasta dapat dilakukan oleh pelaku usaha sendiri, dengan menerapkan adanya

¹⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 4.

¹⁵ Hukum Online, "Teori-Teori Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli," diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-lt63366cd94dcbc/> pada tanggal 24 April 2024.

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 181.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ E.Saefullah Wiradipradja, *Penuntun Praktis Metode Penelitian dan Penelitian Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014). hlm. 28.

²⁰ Zachary S. Sturman, "Where's the Consumer Harm? The BOTS Act: A Fruitless Boogeyman Hunt," *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*, Vol. 22, No. 4, 2020, hlm 885.

²¹ *Ibid.*

peraturan sendiri melalui ketentuan dan kebijakan yang harus disetujui oleh konsumen terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi di platform *online*.²²

Namun jika membicarakan mengenai penegakan pemerintah melalui peraturan, peraturan perlindungan konsumen berperan sangat penting dalam mengatur permasalahan ini. UUPK memainkan tiga peran inti. Pertama, UUPK dapat memfasilitasi pilihan konsumen, misalnya dengan mewajibkan pengungkapan, mewajibkan tindakan yang memudahkan perbandingan produk, membatasi praktik penjualan yang menyesatkan, atau memastikan bahwa konsumen tidak terlalu dihalangi untuk berpindah platform.²³

Contoh dari peran ini dapat mencakup mengenai persyaratan untuk mengungkapkan informasi penting tertentu sebelum pembelian, seperti identitas pedagang, karakteristik utama produk, dan total harga yang harus dibayar; persyaratan untuk tidak terlibat dalam praktik penjualan yang salah, menyesatkan, atau agresif; serta persyaratan untuk tidak mengunci konsumen dengan menjadikannya terlalu sulit atau mahal untuk beralih.²⁴

Kedua, UUPK mulai berlaku karena tidak realistis mengharapkan konsumen melindungi diri mereka sendiri hanya dengan membuat pilihan yang baik dan berdasarkan informasi pada semua aspek barang yang mereka beli. Dalam kasus-kasus seperti ini, UUPK bertindak untuk melindungi konsumen dari eksploitasi secara lebih langsung, serta meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk terlibat dalam pasar.²⁵

Ketiga, UUPK mengkodifikasikan standar dan prosedur substantif untuk penyelesaian sengketa jika terjadi kesalahan-misalnya, terkait dengan hak pengembalian, pengembalian uang, atau perbaikan. Perbedaan lain yang berguna ketika membahas UUPK adalah perbedaan antara peran pencegahan yang lebih umum, yaitu perlindungan terhadap perilaku perusahaan yang merugikan, dan peran desain pasar, yang memfasilitasi atau menciptakan alat yang dimaksudkan untuk meningkatkan pengambilan keputusan konsumen. Undang-undang preventif lebih cenderung didefinisikan secara luas dan berlaku di seluruh perusahaan dan sektor, sementara langkah-langkah rancangan pasar cenderung lebih tepat dan spesifik pada sektor tertentu.²⁶

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen yang berlaku secara khusus di Indonesia, yaitu UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha telah diatur dengan jelas dan tegas. Untuk hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 4 dan 5 UU Perlindungan Konsumen, sedangkan untuk hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan 7 UU Perlindungan Konsumen. Dalam pasal-pasal tersebut diatur bagaimana proporsi atau kedudukan konsumen dan pelaku usaha dalam suatu mekanisme transaksi bisnis atau perdagangan.

Ada beberapa aspek yang dapat dibahas mengenai transaksi *e-commerce* pada aspek hukum perlindungan konsumen di Indonesia, salah satunya adalah mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek ini diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK, dan dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/jasa yang diperdagangkan melalui *e-commerce* melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan konsumen maupun yang mengelabui, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak.²⁷

²²Ibid, hlm 912.

²³Amelia Fletcher, et.al, "Consumer Protection for Online Markets and Large Digital Platforms," Yale Journal on Regulation, Vol. 40, No. 3, 2023.

²⁴Ibid.

²⁵Ibid.

²⁶Ibid.

²⁷Az. Nasution, "Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet", Jurnal Keadilan, Vol. I No.3 September 2001.

Dalam transaksi *e-commerce*, aspek tanggung jawab juga berlaku untuk pelaku usaha, dalam hal ini *merchant*, apabila konsumen menemui barang dan/atau jasa yang dibelinya tidak sesuai perjanjian. Aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28. Aspek ini berlaku pada saat pelaku usaha melakukan perbuatan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen.

Pada banyaknya kasus, prinsip utama dalam berbelanja secara daring di Indonesia, konsumen mengedepankan “kepercayaan” atas barang yang ia beli dari penjual. Sayangnya, banyak konsumen yang belum memperhatikan prinsip keamanan dari infrastruktur platform yang menjadi tempat transaksi jual beli secara daring. Seperti, memastikan identitas penjual/pembeli yang benar, memastikan keamanan pembayaran, serta memastikan keamanan dan keandalan situs *e-commerce*.²⁸

Namun dalam beberapa kasus, ada beberapa konsumen yang telah memperhatikan dengan rinci prinsip keamanan dalam berbelanja secara daring, tetapi sayangnya tetap mengalami kerugian akibat penipuan. Jika hal ini terus terjadi, Pemerintah dalam hal ini seharusnya menyediakan payung hukum yang jelas untuk perlindungan konsumen dan kesadaran umum tentang kesadaran produk mengurangi atau meminimalkan risiko praktik bisnis penipuan yang melindungi konsumen, khususnya konsumen *e-commerce*.²⁹

Penguatan perlindungan konsumen dalam perdagangan *e-commerce* adalah aspek yang sangat penting. Penguatan tidak cukup hanya sebatas pengaturan regulasi, diperlukan penguatan dalam bentuk mekanisme kelembagaan yang meningkatkan signifikansi dan kepercayaan (kredibilitas) dari lembaga-lembaga terkait yang memiliki kewenangan untuk melindungi kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen) dari praktik penipuan dan penyalahgunaan media internet.³⁰

Pemerintah juga harus membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam berbelanja *online* dengan menerapkan praktik bisnis yang adil dan tidak merugikan semua pihak yang terlibat. Pelaksanaan praktik perdagangan yang adil memerlukan penguatan sistem hukum yang mengatur perlindungan kedua belah pihak (pengusaha dan konsumen), kebijakan praktis dan kebijakan perlindungan yang andal yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga keseimbangan hak dan kewajiban konsumen dan pengusaha di bidang perdagangan elektronik.

Pemerintah Indonesia pernah mengeluarkan Peraturan Pemerintah sebagai jalan bagi perkembangan transaksi melalui *e-commerce* di Indonesia. Peraturan Pemerintah tersebut dibuat agar dapat memberikan kepastian hukum untuk para pelaku usaha perdagangan dalam platform *e-commerce*. Jika menjabarkan definisinya, pelaku usaha perdagangan elektronik dibagi menjadi dua pemain, yakni pemain dalam negeri dan pemain luar negeri. Harapannya, dengan terbitnya Peraturan Pemerintah ini, dapat menjadi kerangka perlindungan hukum untuk konsumen, agar dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara *online*. Peraturan ini juga bertujuan untuk memastikan adanya level playing field antara pelaku usaha *online* dan *offline* serta secara umum memberikan kepastian hukum bagi pelaku dan investor.³¹

Pada kasus penjualan tiket konser Coldplay di Jakarta maupun NCT di Jakarta, dimana dalam hal ini terlihat banyak calo yang melakukan penipuan kepada para konsumen dengan menjual tiket kepada konsumen padahal para calo tersebut tidak memiliki barang yang dijual, para calo yang bertindak sebagai pelaku usaha telah melanggar Pasal 16 UUPK, yang menyatakan bahwa: “*pelaku usaha dilarang untuk menawarkan jasa/barang dan tidak*

²⁸Deky Pariadi, *Op.Cit.*

²⁹*Ibid.*

³⁰*Ibid.*

³¹Yose Rizal Damuri, et.al, “E-Commerce Development and Regulation in Indonesia,” Centre for Strategic and International Studies, 2021, hlm 6.

menepati pesanan kesepakatan waktu sesuai dengan perjanjian atau tidak menepati janji sesuai batas tertentu.”

Pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak hanya melanggar pasal 16 saja, tetapi pelanggaran juga dilakukan terhadap beberapa pasal, yakni Pasal 4 mengenai hak konsumen, Pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha, Pasal 16 mengenai tidak menepati janji atau pesanan dan Pasal 19 mengenai tanggung jawab pelaku usaha.

Pelanggaran pada Pasal 4 terjadi dikarenakan konsumen tidak dapat dipenuhi hak-haknya, seperti hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha.³² Para calo yang mengaku memiliki tiket namun sebenarnya tidak memegang tiket konsernya, telah melanggar Pasal 4 UUPK dengan tidak memenuhi hak yang disebut terhadap konsumen.

Pasal 7 dilanggar dikarenakan calo tidak memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.³³ Terakhir, Pasal 19 UUPK seharusnya berlaku untuk menuntut tanggung jawab dari pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen, dalam hal ini, ganti rugi dapat dilakukan dengan berupa pengembalian uang dengan nilai yang setara.³⁴

Calo tiket konser, harus bertanggung jawab karena tidak menyediakan barang atau jasa yang dijanjikan kepada konsumen. Ketika suatu janji diingkari, pihak lain pasti akan menderita kerugian, yang pada akhirnya sebagai syarat tidak dipatuhinya perjanjian (kelalaian) memberikan hak kepada pihak lain untuk menuntut ganti rugi.

Tanggung jawab produsen yang dikenal dengan wanprestasi adalah tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dalam *contractual liability* ini dapat diterapkan dengan syarat terdapat suatu perjanjian atau kontrak antara promotor dengan konsumen. Oleh karena itu, ketika suatu produk rusak dan menyebabkan kerugian, konsumen biasanya memeriksa ketentuan kontrak atau perjanjian terlebih dahulu. Hal ini berlaku baik kontrak tertulis maupun lisan.³⁵

Pelaku usaha harus menjual dan memberikan barang sesuai dengan apa yang dijanjikannya, sesuai dengan prinsip tanggung jawab kontraktual (*Contractual Liability*). Dalam hal pelaku usaha wanprestasi dengan memberikan barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, maka konsumen dapat menuntut pemenuhan haknya kepada pelaku usaha dalam bentuk ganti kerugian ataupun menggantikan barangnya sesuai dengan pesanan.³⁶

Tanggung jawab dapat dilakukan dengan cara memberikan ganti rugi atau kompensasi diatur dalam UUPK Pasal 19 angka 1, yang menyatakan bahwa: “*pelaku usaha wajib untuk memberikan ganti rugi karena merugikan konsumen dan mengakibatkan konsumen tidak dapat menggunakan/ mengkonsumsi barang/jasa*” (*tidak mendapatkan benefit dan tidak dapat melihat konser sesuai dengan jadwal yang sebelumnya telah dijanjikan*).

Memerhatikan substansi pasal 19 ayat (1) di atas dapat diketahui bahwa tanggung jawab calo sebagai pelaku usaha berupa tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang (refund) atau mengembalikan jasa yang serupa atau senilai (seperti dapat memberikan *benefit* lain sesuai dengan kesepakatan antar konsumen dengan pelaku usaha). Hal ini ditegaskan kembali dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 mengatur tentang pelaku usaha yang terbukti merugikan konsumen. Inti pokoknya menunjukkan bahwa beban dan

³²UUPK, Pasal 4.

³³UUPK, Pasal 7.

³⁴UUPK, Pasal 19.

³⁵Hanifah Purnamasari, et.al, "Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Tiket Dalam Konser Musik KV Fest yang Diselenggarakan Oleh Promotor Festival Kultvizion Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen", Bandung Conference Series: Law Studies, Vol. 3 No. 1 (2023).

³⁶*Ibid.*

tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya.³⁷

Akan tetapi, dalam Pasal 15 ayat 4 juga menerangkan mengenai pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana untuk pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Dalam kasus penipuan tiket konser Coldplay di Jakarta yang dilakukan oleh calo dengan inisial GAS, GAS sudah dijatuhkan pidana vonis tiga tahun penjara akibat tindak pidana penipuan dengan nilai Rp5,1 miliar yang dilakukannya.³⁸

Di luar itu, kejadian seperti ini sudah sangat sering terjadi, dan para penggemar sebagai konsumen dari tiket konser para artis kesayangannya selalu menjadi pihak yang dirugikan dan dikecewakan. Ditakutkannya, para calo yang melakukan penipuan ini akan terus bertambah dan berkembang semakin besar tidak ada peraturan mengenai anti-calor atau *anti-scalping*.

Kegiatan ini sedikit banyaknya juga memengaruhi para artis yang akan melakukan pertunjukan, *Scalping* diketahui menjadi masalah di tempat-tempat besar karena artis-artis besar sering bermain di lokasi-lokasi tersebut, namun ketika para artis tersebut bermain di tempat-tempat yang lebih kecil, mereka mempunyai masalah yang sama karena persediaan tiket lebih sedikit dan permintaan yang lebih besar terhadap tempat-tempat tersebut.³⁹ Membicarakan hal ini, tidak hanya para penggemar sebagai konsumen yang dirugikan, namun para artis sebagai bintang dari pertunjukan juga dirugikan.

Di Amerika Serikat, dalam kasus *Mailand v. Burckle*, Mahkamah Agung California memutuskan bahwa perjanjian pemeliharaan harga jual kembali adalah melanggar hukum menurut undang-undang antimonopoli California. Hal ini penting karena pelarangan perjanjian semacam ini membuat penetapan harga tetap jelas dan dapat diprediksi baik bagi bisnis maupun konsumen. Dengan demikian, hal ini memungkinkan adanya pasar yang adil bagi semua orang untuk terlibat tanpa dimanfaatkannya.⁴⁰

Namun pasar sekunder di California masih mampu memborong harga persediaan tiket mereka. Pencungkilan harga terjadi ketika pelaku usaha menaikkan harga ke tingkat yang terlalu tinggi ketika tidak ada penjual alternatif. Oleh karena itu, ketika sebuah pertunjukan terjual habis di pasar primer, pasar sekunder mampu memanfaatkan permintaan konsumen. Terdapat undang-undang yang berlaku di California, namun tanpa peraturan, ketidakadilan terhadap pembeli tiket konser akan terus berlanjut.⁴¹

Hari semakin hari, industri hiburan menjadi semakin besar dan perlu diadakannya peraturan khusus mengenai bagaimana menumbangkan para calo ini, tidak hanya mengenai perlindungan konsumen dan pelaku usahanya saja, karena para calo sebagai pihak ketiga sering kali menjadi pihak yang merugikan semua pihak yang terlibat.

KESIMPULAN

Ada dua jalur yang dapat ditempuh dalam usaha perlindungan konsumen terhadap pelanggaran penjualan tiket secara online yang dilakukan oleh calo, seharusnya hal ini upaya-upaya ini seharusnya berpusat pada dua hal jalur utama: penegakan swasta dan penegakan pemerintah. Upaya yang dapat dilakukan oleh penegakan dari pihak-pihak swasta sebagai penjual tiket adalah dengan melakukan pendekatan berbeda untuk mengatasi surplus calo,

³⁷*Ibid.*

³⁸BBC News Indonesia, "Terdakwa penipuan tiket konser Coldplay divonis tiga tahun penjara, korban: 'Saya enggak bakal percaya calo lagi'," diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cw42kivr33go> pada tanggal 26 April 2024.

³⁹Nevra Azerkan, "Sold Out: Why the Music Industry Needs to Urge Lawmakers to Regulate How Concert Tickets Are Distributed," *Whitter Law Review*, Vol. 38 No. 2, 2018, hlm 141.

⁴⁰*Ibid.*, hlm 142.

⁴¹*Ibid.*

contohnya dengan meningkatkan keamanan situs web, penjualan secara langsung, adanya sistem imbalan, serta dapat menggunakan identifikasi data pribadi dari pada konsumen yang membeli tiketnya secara langsung.

Namun jika membicarakan mengenai penegakan pemerintah melalui peraturan, peraturan perlindungan konsumen berperan sangat penting dalam mengatur permasalahan ini. UUPK memainkan tiga inti. Ada beberapa aspek yang dapat dibahas mengenai transaksi e-commerce pada aspek hukum perlindungan konsumen di Indonesia, salah satunya adalah mengenai aspek perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan tanggung jawab pelaku usaha. Aspek ini diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 UUPK, dan dapat diberlakukan apabila dapat dibuktikan bahwa barang dan/jasa yang diperdagangkan melalui e-commerce melanggar ketentuan ini. Selanjutnya terkait dengan hal ini pula tentang dilarangnya iklan yang menyesatkan konsumen maupun yang mengelabui, seolah-olah barang dan/atau jasa yang ditawarkan mempunyai kondisi yang baik namun pada kenyataannya tidak.

Tanggung jawab pelaku usaha calo tiket konser kepada konsumen yang ditipu, dapat ditempuh dengan memerhatikan Pasal 19 UUPK. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang (refund) atau mengembalikan jasa yang serupa atau senilai (seperti dapat memberikan benefit lain sesuai dengan kesepakatan antar konsumen dengan pelaku usaha). Hal ini ditegaskan kembali dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 mengatur tentang pelaku usaha yang terbukti merugikan konsumen. Inti pokoknya menunjukkan bahwa beban dan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya.

REFERENSI

- Marzuki, Peter Mahmud. (2014). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. (2004). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wiradipradja, E.Saefullah. (2014). *Penuntun Praktis Metode Penelitian dan Penelitian Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Azerkan, Nevra. (2018). Sold Out: Why the Music Industry Needs to Urge Lawmakers to Regulate How Concert Tickets Are Distributed. *Whitter Law Review*. 38(2); 130-159.
- Damuri, Yose Rizal, et.al. (2021). *E-Commerce Development and Regulation in Indonesia*. Centre for Strategic and International Studies; 1-9.
- Fletcher, Amelia, et.al. (2023). Consumer Protection for Online Markets and Large Digital Platforms. *Yale Journal on Regulation*. 40(3); 875-914.
- Holmstrom, Erik. (2019). Dancing in the Dark: An Analysis of the Live Entertainment Industry and the Deceptive Market Practices of Ticketmaster and Live Nation. *Western Journal of Legal Studies*. 9(2); 1-22.
- Nasution, Az. (2001). Revolusi Teknologi Dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet. *Jurnal Keadilan*. I(3).
- Pariadi, Deki. (2018). Pengawasan E-Commerce dalam Undang-Undang Perdagangan dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan Ke-48*. 3; 651-669.
- Purnamasari, Hanifah, et.al. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Pembeli Tiket Dalam Konser Musik KV Fest yang Diselenggarakan Oleh Promotor Festival Kultvizion Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Bandung Conference Series: Law Studies*. 3(1); 192-200.

- Sturman, Zachary S. (2020). Where's the Consumer Harm? The BOTS Act: A Fruitless Boogeyman Hunt. *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*. 22(4); 951-980.
- Yulius, Louis. (2013). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk yang Merugikan Konsumen. *Jurnal Lex Privatium*. 1(3); 28-39.
- BBC News Indonesia, "Terdakwa penipuan tiker konser Coldplay divonis tiga tahun penjara, korban: 'Saya enggak bakal percaya calo lagi'," diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cw42kjvr33go> pada tanggal 26 April 2024.
- BBC News Indonesia, "Terdakwa penipuan tiker konser Coldplay divonis tiga tahun penjara, korban: 'Saya enggak bakal percaya calo lagi'," diakses dari <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cw42kjvr33go> pada tanggal 26 April 2024.
- CNBC Indonesia, "Penipuan Tiket Konser Terjadi Lagi, Fans NCT Dream Korban Ratusan Juta," diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240521131024-128-540105/penipuan-tiket-konser-terjadi-lagi-fans-nct-dream-korban-ratusan-juta> pada tanggal 22 Mei 2024.
- Hukum Online, "Teori-Teori Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli," diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/teori-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli-1t63366cd94dcbc/> pada tanggal 24 April 2024.
- Rahmawati, Fiqih. "Coldplay Gelar Konser Pertama di Indonesia, Chris Martin Sapa Penggemar: Kami Sangat Bersemangat", diakses dari <https://www.kompas.tv/entertainment/404948/coldplay-gelar-konser-pertama-di-indonesia-chris-martin-sapa-penggemar-kami-sangat-bersemangat#> pada 25 April 2024.
- Vincentius Mario dan Kistyarini, "Link dan Cara Beli Tiket Konser NIKI di Jakarta", Kompas, diakses dari <https://www.kompas.com/hype/read/2023/05/18/093025666/link-dan-cara-beli-tiket-konser-niki-di-jakarta?page=all> pada tanggal 26 April 2024.
- Willman, Chris. "Taylor Swift Announces 2023 'Eras Tour' of U.S. Stadiums", diakses dari <https://variety.com/2022/music/news/taylor-swift-announces-2023-tour-1235419454/> pada tanggal 25 April 2024.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.