

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI
TIKET DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE***

SKRIPSI



Oleh:

Ariq Rifqi Aziz

No. Mahasiswa: 19410379

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI
TIKET DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE***

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Ariq Rifqi Aziz

No. Mahasiswa : 19410379

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

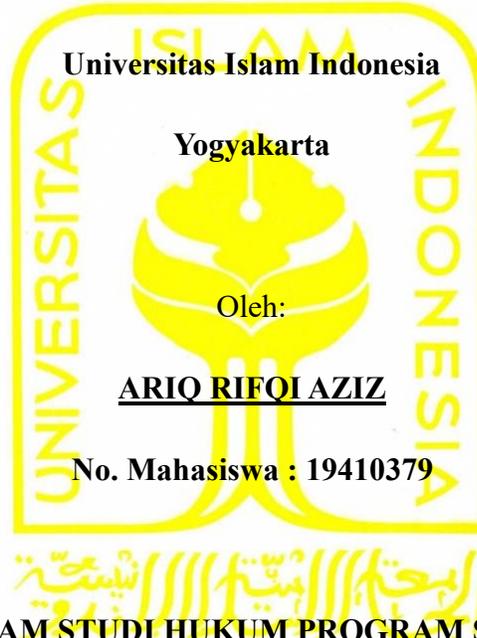
2024

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI
TIKET DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana (Strata1) pada Fakultas Hukum



FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Membeli Tiket Dari Calo Melalui E-
Commerce

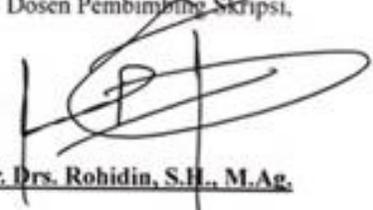
SKRIPSI

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk Diajukan ke Depan
Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/Pendadaran

Pada Tanggal 12 Januari 2024:



Yogyakarta,
Dosen Pembimbing Skripsi,


Dr. Drs. Rohidin, S.H., M.Ag.

NIP: 924100103

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR PRA PENDADARAN



Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Membeli Tiket Dari Calo Melalui E-Commerce

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendaran pada tanggal 6 Februari 2024 dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 6 Februari 2024

Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Drs. Rohidin, S.H., M.Ag.
2. Anggota: Prof, Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum.
3. Anggota : Eko Rial Nugroho Sh, Mh.

Tanda Tangan

Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia

Fakultas Hukum

Dekan



Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum.

NIK. 014100109

Orisinalitas

ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ariq Rifqi Aziz

NIM 194104379

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi yang berjudul:

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Membeli Tiket Dari Calo Melalui E-Commerce

Karya tulis ilmiah berupa skripsi ini saya ajukan kepada tim penguji dalam ujian pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah berupa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil) bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan penjiplakan karya ilmiah (*plagiat*); dan
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik karya tulis ilmiah ini ada pada saya,

namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan pada butir 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi baik administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani Berita Acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan 'Majelis' atau 'Tim' Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada/terjadi pada karya tulis ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun

Yogyakarta, 12 Januari 2024
Pembuat Pernyataan



Ariq Rifqi Aziz

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Ariq Rifqi Aziz
2. Tempat/Tanggal Lahir : Magelang, 24 Mei 2000
3. Alamat Terakhir : Perum Puri Pesona Sanden 2, Tuguran,
Magelang Utara, Kota magelang
4. Alamat Asal : Perum Puri Pesona Sanden 2, Tuguran,
Magelang Utara, Kota magelang
5. Jenis Kelamin : Laki-Laki
6. Agama : Islam
7. Golongan Darah : O
8. Nama Orang Tua
 - a. Bapak : Hindarto
 - b. Ibu : Endang Sri Sumiyarsih
9. Pekerjaan Orang Tua
 - a. Bapak : Pegawai
 - b. Ibu : Pegawai
10. Hobby : Main Game
11. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Muhammadiyah 1 Alternatif



b. SMP : SMP N 2 Kota Magelang

c. SMA : SMA N 4 Kota Magelang

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu Urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(Q.S Al-Insyirah:6-8)

“Minta pertolongan dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah Bersama orang-orang yang sabar”

(Q.S Al-Baqarah:153)

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulit kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success stories nya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetaplah berjuang”

(Mirekol)

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi yang dibuat penuh perjuangan dan semangat ini, saya persembahkan kepada:

Allah SWT dan Rasulullah SAW,

Kedua orang tuaku tercinta,

Keluargaku yang banyak memberikan dukungan,

Teman-teman dan sahabat tersayang,

Dosen pembimbing skripsi yang baik hati dan telah sabar membantu penulis

hingga menyelesaikan skripsi,

Almamaterku tercinta Universitas Islam Indonesia.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penyusunan Karya Ilmiah ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Strata 1 (S1) Sarjana Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Membeli Tiket Dari Calo Melalui E-Commerce”** shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan, serta doa dan ucapan terimakasih turut penulis haturkan atas dukungan dari orang-orang tercinta bagi penulis.

Atas segala kekurangan dalam penelitian ini, penulis sangat mengharapkan adanya masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun dan mengarahkan pada penyempurnaan penelitian ini. Banyak kesulitan yang penulis alami dalam proses penulisan, namun Alhamdulillah semuanya dapat penulis lewati dengan baik.

Selama menyelesaikan penelitian ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis berkesempatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;

2. Kedua orang tua dan kakak kandung, yang senantiasa selalu mendoakan, dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat mencapai keberhasilan dalam menyelesaikan studi;
3. Seluruh keluarga yang telah memberikan banyak doa untuk penulis agar penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Drs. Rohidin, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dan memberikan masukan, arahan, serta kritik dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini;
5. Bapak Ahmad Sadzali, Lc., M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah mengarahkan perjalanan akademik penulis dalam proses perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia;
6. Bapak Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia;
7. Seluruh Dosen dan Tenaga Pendidik yang telah memberikan ilmu dan memberikan informasi kepada penulis dalam proses pembelajaran di kampus tercinta ini;
8. Pacar saya yang bernama **Hanum Tresya Octavioni (19410021)** yang selalu memberikan dukungan, masukan, dan lain halnya selama mengerjakan penulisan skripsi ini;

9. Teman-teman selama masa perkuliahan yang selalu berbagi tawa dan kisah, serta bermain bersama penulis, yaitu **Alfath Satrio, Rangga Maulana, Riyandi Zentra, Dimas Arya, Fitri Indah, Tiara Alifa, Abbril Jang, Nada Nabila, Alfian Rizky, Ananda Perdana, Noval Hilmy, Taufik Arieviando, Willy Nanda, Aris Indra, Ifanlistiyo PWJ, Fariz Arsy**, dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu;
10. Teman-teman Magelang yang selalu menemani penulis, yaitu **Hafiz Jodhit, Aryo Prayogo, Ananda Cahya, Ken Ramandha, Novia Fitriana, Nana Septiana, Muhammad Thariq, Zulfiqar Darmawan**, dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu;
11. Teman penulis dalam bermain *PlayStation* **Asrop Alfath** yang hanya bisa Bayern, **Asrop Rangga** yang hanya bisa MU, **Asrop Ipan** yang hanya bisa Real Madrid, **Asrop Fariz** yang selalu formasi lama, serta **Asrop-Asrop lain** yang selalu terbantai sampai select team dalam melawan penulis.
12. Kepada diri saya sendiri **Ariq Rifqi Aziz**, terimakasih sudah berjuang dan mempercayai diri sendiri, sudah memilih untuk bertahan sejauh ini, dan selalu berusaha untuk mencoba segala hal dengan sebaik-baiknya demi menjadi pribadi yang lebih baik.

Demikian pengantar ini disampaikan, penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya dikarenakan mungkin masih terdapat kekurangan. Sekali lagi penulis ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada seluruh pihak yang berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini. Semoga dengan karya ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	IV
ORISINALITAS.....	VI
CURRICULUM VITAE	VIII
MOTTO	X
HALAMAN PERSEMBAHAN	XI
KATA PENGANTAR.....	XII
DAFTAR ISI	XVI
Abstrak.....	XVIII
BAB I.....	
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN PENELITIAN.....	8
D. TELAAH PUSTAKA	9
E. TINJAUAN PUSTAKA	13
F. DEFINISI OPERASIONAL.....	27
G. METODE PENELITIAN	28
H. SISTEMATIKA PENULISAN.....	32
BAB II	
TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP ...	34
KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI.....	34
E-COMMERCE	34
A. PERLINDUNGAN KONSUMEN	34
B. PERJANJIAN.....	46
C. TRANSAKSI ELEKTRONIK/E-COMMERCE	54

D. PERLINDUNGAN KONSUMEN PERSPEKTIF ISLAM	60
BAB III.....
PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI E-COMMERCE.....	63
A. Perlindungan Konsumen Terhadap Masyarakat Pembeli Tiket Dari Calo Melalui E-Commerce	63
B. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Masyarakat Terhadap Calo yang Melakukan Prestasi Melalui E-Commerce.....	79
BAB IV.....
PENUTUP.....	89
A. KESIMPULAN.....	89
B. SARAN.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91

Abstrak

Perdagangan tiket konser melalui platform E-Commerce telah memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk membeli tiket tanpa perlu mendatangi lokasi fisik penjualan. Namun, perkembangan tersebut juga membawa tantangan, terutama terkait dengan keamanan transaksi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 menjadi landasan hukum yang relevan untuk melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. Calo tiket menjadi salah satu masalah serius dalam transaksi online, menghadirkan risiko pemalsuan tiket, peningkatan harga yang tidak wajar, dan masalah lainnya. Rumusan masalah melibatkan pertanyaan terkait perlindungan konsumen terhadap calo tiket melalui E-Commerce dan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen untuk menanggapi tindakan calo tiket. Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha berkewajiban beritikad baik dalam memberikan barang atau jasa, dan ketidakpatuhan terhadap kewajiban tersebut dapat menyebabkan tanggung jawab ganti kerugian dan kompensasi kepada konsumen yang mengalami kerugian. Dalam praktiknya, pelaku usaha sering kali menolak pertanggungjawaban, menciptakan ketidaksesuaian antara informasi yang diberikan dan barang yang diterima oleh konsumen. Konsumen, dalam menghadapi kasus wanprestasi calo tiket, dapat memilih jalur litigasi atau non-litigasi. Upaya preventif, seperti riset menyeluruh sebelum pembelian tiket dan penyelesaian non-litigasi seperti mediasi, diidentifikasi sebagai langkah-langkah awal yang efektif untuk menanggulangi masalah ini. Demikianlah, penelitian ini memberikan wawasan mengenai kerangka hukum dan strategi penyelesaian yang dapat diterapkan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam konteks jual beli tiket konser melalui E-Commerce.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Jual Beli, *E-Commerce*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Transaksi ekonomi yang sering terjadi di Indonesia adalah jual beli, yang melibatkan dua pihak yang saling menukar barang atau jasa guna memenuhi keperluan dan tujuan masing-masing.¹ Pada zaman dahulu, ketika seseorang ingin membeli suatu barang, mereka harus pergi ke toko fisik dan melakukan transaksi secara langsung dengan menggunakan uang tunai. Perkembangan teknologi telah mengubah cara orang berbelanja dan bertransaksi, dengan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan sehari-hari. Dengan adanya kemajuan teknologi, terdapat kemudahan untuk menjalankan bisnis melalui aplikasi atau platform online.² Hal ini membuka peluang bagi banyak pengusaha muda untuk memiliki pasar online dengan jangkauan yang sangat luas, serta memungkinkan transaksi dilakukan kapan saja.

Secara konteks jual beli tiket konser melalui teknologi memudahkan penjualan tiket secara online. Sehingga konsumen dapat membeli tiket konser tanpa harus pergi ke lokasi penjualan fisik. Dengan mengakses situs web atau aplikasi resmi penyelenggara acara atau agen penjualan tiket untuk membeli

¹ Riris Nisantika, Ni Luh Putu Egi Santika Maharani, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", *Jurnal Locus Delicti* Vol 2 No 1, April 2021.

² Raka Dimas Majesta Ricky, dkk, *Jurnal Hukum Vol 1 No. 1* "Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara", Tahun 2021, hlm 2.

tiket dengan waktu yang singkat sehingga efektif dan efisien. Keuntungan utama dari jual beli tiket konser secara online adalah kenyamanan dan aksesibilitas yang tinggi bagi konsumen.³

Akses yang mudah dari kelebihan jual beli secara online menimbulkan berbagai macam persoalan salah satunya dari segi keamanan. Kebutuhan masyarakat yang semakin banyak dan beragam sehingga memunculkan hasrat penjual untuk memenuhi pasar dengan harga yang tidak sesuai, barang yang diterima berbeda dengan barang yang dibeli, maupun barang tidak sampai tepat waktu. Oleh karena itu, untuk memberikan jaminan dan keamanan maka diperlukan perlindungan terhadap konsumen.

Perlindungan konsumen adalah suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perdagangan dan bisnis yang sehat.⁴ Hal ini terutama penting dalam tahap ketiga dari pembangunan ekonomi, yaitu tahap kesejahteraan negara sebagaimana tercantum dalam Pembukaan Undang-undang 1945.⁵ Posisi konsumen masih lemah dalam hubungannya dengan produsen maka konsumen perlu kesadaran terhadap hak-hak yang perlu dijamin melalui perlindungan hukum konsumen.

³ Sriayu Aritha Panggabean, Azriadi Tanjung, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No 2*, “Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara”, Juni 2022.

⁴ Niru Anita Sinaga, Nunuk Sulisrudatin, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara – Fakultas Hukum Universitas Suryadarma Volume 5 No.2*, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen”, Maret 2015, hlm 72

⁵ Pembukaan Undang-Undang 1945

Agar terlindunginya hak-hak konsumen di Indonesia, terdapat Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 yang mengatur tentang perlindungan konsumen, ada tiga hak dasar yang harus dijamin untuk melindungi konsumen. Pertama, hak konsumen untuk terhindar dari kerugian, termasuk kerugian pribadi dan kerugian finansial. Kedua, hak untuk mendapatkan barang dan jasa dengan harga yang adil. Dan ketiga, hak untuk mendapatkan solusi yang layak ketika menghadapi masalah. Untuk memberikan perlindungan yang efektif kepada konsumen, negara dan pelaku usaha harus memastikan bahwa hak-hak ini dipenuhi, karena pemenuhan hak-hak tersebut akan menghindari konsumen dari berbagai jenis kerugian.⁶

Hubungan antara produsen dan konsumen adalah saling tergantung dan berkelanjutan. Maka, kesadaran, pengetahuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri sangat penting. Dalam jual beli konvensional, hubungan hukum hanya terjadi antara dua pihak, yaitu penjual dan pembeli. Hubungan hukum ini berupa perjanjian yang menghasilkan hak dan kewajiban, yaitu hak dan kewajiban penjual dan pembeli. Jika perjanjian jual beli dilakukan secara konvensional, konsumen atau pembeli memiliki hak dan kewajiban yang dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁷

⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Bandung, Nusa Media, 2016, hlm 15

⁷ Novianto Languyu, *Jurnal Lex et Societatis Vol. III No. 9*, “Kedudukan Penjual dan Pembeli dalam Bisnis Jual Beli Online”, Oktober, 2015

Namun tidak jarang terjadi kasus pelanggaran hak konsumen seperti penjualan produk kadaluwarsa oleh pedagang makanan dan minuman, terlambat pengiriman barang pesanan, barang yang diantar tidak sesuai dengan apa yang dipesan sehingga sangat merugikan konsumen. Sayangnya, penegakan hukum terhadap pelanggaran hak konsumen masih terbilang kurang memadai di Indonesia. Hal ini semakin rumit dengan adanya perdagangan internasional dan kesulitan konsumen untuk mencari ganti rugi atas kerugian yang disebabkan oleh produk yang melewati beberapa perantara.

Kendati demikian, era globalisasi dan perdagangan bebas telah memberikan konsumen akses yang lebih mudah terhadap berbagai produk dan jasa. Dukungan teknologi semakin memudahkan perdagangan, sehingga menekankan perlunya kesadaran perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, penting bagi pemerintah, produsen, dan konsumen untuk sama-sama memahami dan menerapkan prinsip-prinsip perlindungan konsumen untuk menciptakan kegiatan perdagangan yang sehat dan berkelanjutan.

Terdapat banyak jual beli tiket secara online, dalam kenyataannya sangat memudahkan dan efisien bagi konsumen. Transaksi Jual beli online sama dengan jual beli pada umumnya karena jual beli secara online penjual dan pembeli tidak saling bertemu.⁸ Dengan demikian sangat berisiko terhadap

⁸ Larasati Dhinarti, Firda Amalia, *Jurnal Convergence on Islamic Management Accounting and Economics* Vol. 2, 2019, "E-commerce dalam perspektif fiqh muamalat", hlm 165

konsumen yang memakai jasa online karena tidak bisa melihat barang yang dibeli secara langsung dan tidak tahu siapa penjual barang tersebut.

Upaya yang dilakukan ketika menghadapi persoalan jual beli secara online tidak semua orang paham. Meski transaksi yang dilakukan konsumen secara online, mereka juga mendapat perlindungan berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maupun Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik.⁹

Harapan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen yaitu pemenuhan kebutuhan hidup yang didasarkan pada rasa aman bagi konsumen. Perkembangan jual beli tidak lepas dari adanya *E-Commerce*, dimana kita hidup dengan kepentingan yang berbeda-beda dan akan berhadapan dengan perselisihan. Penyebab perselisihan penggunaan *E-Commerce* yaitu adanya ingkar janji atau wanprestasi dari para pihak baik berkaitan dengan tidak terpenuhinya prestasi, memenuhi prestasi tetapi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, dan terlambat memenuhi prestasinya.¹⁰

Ada kalanya jual beli online seperti jual beli tiket konser dimana calo tiket selalu hadir dalam penjualan tiket konser karena banyaknya pembeli yang ingin memiliki tiket konser tersebut dan melihat idol yang mereka sukai. Dari adanya

⁹ Elfirda Ade Putri, *Jurnal Hukum*, “Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online”. 2019, hlm 37

¹⁰ Trivena Gabriela Miracle Tumbel, *Jurnal Hukum* “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online dalam Era Digital 4.0” hlm 96

rasa pembeli untuk membeli tiket konser dan tiket itu sangat terbatas maka dari pihak calo tidak sedikit untuk meraup banyak keuntungan. Biasanya para calo tiket konser ini menjual lebih dari harga yang semestinya pihak penyelenggara menjual tiket tersebut. Dari adanya calo tiket bisa saja membuka celah untuk melakukan perbuatan hukum dengan memalsukan tiket konser, menaikkan harga tiket yang tidak wajar, dan lain halnya.

Persoalan itu masih banyak terjadi seperti pada kasus jual beli tiket Blackpink yang beritanya dimuat di media online detiknews.¹¹ Bahwa korban DH memesan barang berupa tiket konser Blackpink di akun @mbajastip_ seharga Rp 12 juta dan tidak mendapatkan apa yang dijanjikan oleh penjual dan total kerugian dari jual beli tiket itu dari pelaku usaha mencapai Rp 172,3 juta.¹²

Kasus lain juga dialami para pembeli tiket dari @mbajastip_ salah satunya Nurika (19), warga Jakarta. Nurika selaku konsumen tertipu oleh calo tiket Blackpink sebesar Rp 6,5 juta. konsumen berkomunikasi dengan penjual untuk COD tiket setelah bertransaksi di tempat konser yang diselenggarakan di GBK. Ketika Nurika bertemu dengan calo tersebut di GBK dia merasa curiga dengan tiket yang dibeli tidak seperti tiket asli. Karena dia sangat ingin menonton Blackpink dan mengejar waktu konsumen menyimpan perasaan curiga tersebut. konsumen menuju pintu masuk untuk menunjukkan tiketnya ke petugas dan

¹¹<https://news.detik.com/berita/d-6616763/penipuan-calo-tiket-konser-blackpink-akun-mbajastip-dipolisikan/1>, diakses pada Jumat 17 Maret 2023, Pukul 14.35 WIB.

¹²<https://news.detik.com/berita/d-6616763/penipuan-calo-tiket-konser-blackpink-akun-mbajastip-dipolisikan/1>, diakses pada Jumat 17 Maret 2023, Pukul 14.35 WIB.

ternyata tiket yang dibeli palsu. Konsumen langsung mencoba untuk menghubungi calo tiket tersebut tetapi hasilnya nihil. Konsumen itu pun kebingungan dan pasrah atas keadaan tersebut dan dia akan melaporkan kejadian tersebut ke polisi.¹³

Selain kasus tiket Blackpink, terdapat juga kasus penjualan tiket calo untuk konser Coldplay di Indonesia yang menarik perhatian publik. Para calo melakukan tindakan penipuan dengan menjual tiket dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga resmi, memanfaatkan popularitas dan permintaan tinggi untuk tiket konser Coldplay.

Salah satu marketplace yang terlibat dalam penjualan tiket dengan harga fantastis adalah Kick Avenue. Pada situs tersebut, tiket konser Coldplay dijual dengan harga mencapai Rp50.000.000. Harga ini jauh lebih tinggi daripada harga asli tiket yang berkisar antara Rp800.000 hingga Rp11.000.000. Kejadian ini menjadi viral di media sosial dan menimbulkan kegemparan di kalangan netizen. Meskipun pihak Kick Avenue memastikan keamanan transaksi di marketplace mereka, harga tiket yang melambung tersebut merupakan hasil dari penjualan oleh pihak pemegang tiket. Hal ini menunjukkan adanya kekurangan dalam pengawasan dan tindakan tegas terhadap praktik ilegal yang merugikan masyarakat.¹⁴

¹³<https://news.detik.com/berita/d-6616763/penipuan-calo-tiket-konser-blackpink-akun-mbajastip-dipolisikan/1>, diakses pada Jumat 17 Maret 2023, Pukul 14.35 WIB.

¹⁴<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230517144603-227-950855/kick-avenue-buka-suara-usai-tiket-coldplay-dijual-rp50-juta-viral>, diakses pada Minggu 23 Juli 2023, Pukul 19.04 WIB.

Meskipun regulasi yang mengatur hak konsumen telah ada, hal tersebut belum menjamin penerapan kebijakan tersebut karena salah satu pihak seringkali menghindari tanggung jawab. Kenyataannya, sangat sulit untuk menghindari atau menyelesaikan masalah yang muncul dalam transaksi jual beli tiket konser melalui calo di platform *E-Commerce*. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE*.**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap masyarakat pembeli tiket dari calo melalui *E-Commerce*?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh masyarakat terhadap calo tiket yang melakukan prestasi melalui *E-Commerce*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang hendak dicapai pada skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap masyarakat pembeli tiket dari calo melalui *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan oleh masyarakat terhadap calo tiket yang melakukan prestasi melalui *E-Commerce*.

D. TELAAH PUSTAKA

Penelitian dengan topik **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI E-COMMERCE** adalah asli dan tanpa duplikasi atau plagiasi. Kendati, pada tataran akademis yang lebih luas, selama penulis melakukan pencarian dan pengetahuan penulis terdapat beberapa penelitian terdahulu di antaranya:

No	Penulis	Judul	Tahun	Jenis Penelitian	Penelitian
1.	Muhammad Firman Ahsan	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online	2021	Skripsi	Penelitian ini mengkaji terkait perlindungan hukum konsumen dalam jual beli online dan menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha apabila barang yang diterima tidak

					sesuai dengan yang disepakati.
2.	Elisabeth Haryani	Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser Dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	2021	Jurnal	Penelitian ini mengkaji bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh konsumen dalam transaksi jual beli jasa titip melalui media social yang tidak sesuai dengan kesepakatan
3.	Widi Wiranti	Perlindungan Konsumen Atas	2020	Skripsi	Penelitian ini mengkaji

		Hak Informasi Dalam Transaksi <i>Online</i>			tentang gambaran perlindungan konsumen atas hak informasi dalam transaksi <i>online</i> dengan cara menganalisis perlindungan konsumen pada praktik nyatanya.
4.	Firman Tornado M	Perlindungan Hukum Konsumen Atas Hak Informasi Terhadap Rokok Elektrik di Kota Yogyakarta.	2016	Skripsi	Penelitian ini mengkaji tentang bentuk perlindungan hukum terkait dengan hak atas informasi

					produk cairan rokok elektrik (E-Juice) di Yogyakarta.
5	Shakira Idelia, Zanuar Dwi Herawati , Risma Syntia Putri, Annisa Nursabila, Lutfiah Listari, Mustaqim	Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser Di Tinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen	2023	Jurnal	Penelitian ini mengkaji tentang Penerapan Hukum Perlindungan Konsumen Atas Kasus Penipuan Tiket Konser Dan Dampaknya Pada Perekonomian.

Metode penelitian terdahulu yang telah disajikan pada Tabel diatas, penelitian ini memiliki kesamaan tema yakni unsur perdata Perlindungan Konsumen. Namun, dalam penelitian ini terdapat isu kebaruan hukum sehingga tidak mengulang penelitian terdahulu. Adapun isu kebaruan hukum dalam penelitian ini

dan akan menjadi penelitian pertama yang mengkaji terhadap jual beli tiket konser dari calo melalui *E-Commerce*. Melalui isu kebaruan hukum tersebut, peneliti mengharapkan mampu memberikan perlindungan hukum pada korban jual beli tiket konser dari calo melalui *E-Commerce* agar masyarakat dapat memahami lebih luas dan memiliki kesadaran hukumnya.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Perlindungan Konsumen

a. Teori Perlindungan Konsumen

Salah satu tujuan dari sistem hukum adalah melindungi masyarakat, khususnya mereka yang berada dalam posisi yang kurang berdaya akibat ketidakseimbangan dalam hubungan hukum.¹⁵ Hal ini berarti bahwa hukum harus memberikan perlindungan yang adil bagi semua orang, tanpa memandang kekayaan atau status sosial mereka. Oleh karena itu, penting bagi sistem hukum untuk memastikan adanya keadilan yang merata bagi semua warga masyarakat.¹⁶

AZ Nasution berpendapat bahwa dalam Hukum Konsumen, terdapat prinsip-prinsip yang mengatur serta melindungi kepentingan konsumen,

¹⁵ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, UB PRESS, Malang, 2011, hlm.30.

¹⁶ Aprillia Revathatia Cahyalaguna, Sindi Nur Rahma Putri, "Penegakan Hukum yang Berlandaskan Pancasila: Menegakkan Keadilan, Kemanusiaan, dan Demokrasi" *Jurnal Hukum* Vol 2 No. 1, Juni, 2023, hlm 5.

menjadikan perlindungan konsumen sebagai bagian dari Hukum Konsumen.¹⁷

Perlindungan Konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upayanya memenuhi kebutuhan mereka dan melindungi mereka dari hal-hal yang dapat merugikan mereka.¹⁸ Di Indonesia, istilah ini masih relatif baru dalam bidang hukum, sementara di negara maju, pembahasan tentang perlindungan konsumen telah seiring dengan perkembangan industri dan teknologi.¹⁹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berfokus pada hak dan tanggung jawab konsumen dalam transaksi jual beli, termasuk dalam konteks jual beli online. Pengertian Perlindungan konsumen dalam pasal 1 angka 1 UUPK adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Undang-undang ini menetapkan bahwa perlindungan konsumen memiliki ruang lingkup yang luas, mencakup aspek perlindungan terhadap barang dan jasa, dimulai dari proses perolehan barang dan jasa hingga dampak-dampak yang mungkin timbul

¹⁷ AZ.Nasution, "*Konsumen dan Hukum*", Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm 65.

¹⁸ Zulham, "*Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*", Kencana, Jakarta, 2013 hlm.54.

¹⁹ Janus Sidabalok, "*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*", (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung 2010), hlm 9.

akibat penggunaan barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen ini dapat dipilah menjadi dua aspek yang berbeda.²⁰

- 1) Perlindungan terhadap situasi di mana konsumen menerima barang atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau yang melanggar ketentuan hukum bisa ditempatkan dalam berbagai konteks, seperti masalah penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, dan lain sebagainya. Hal ini termasuk pertimbangan apakah produk tersebut memenuhi standar keamanan dan keselamatan konsumen. Selain itu, masalah kompensasi kepada konsumen ketika terjadi kerugian akibat penggunaan produk yang tidak sesuai juga merupakan bagian dari perhatian ini.
- 2) Perlindungan terhadap praktek yang tidak adil terhadap konsumen mencakup berbagai aspek, termasuk promosi dan periklanan yang tidak jujur, isi kontrak, penetapan harga, pelayanan pelanggan, dan sebagainya. Hal ini berfokus pada tindakan yang diambil oleh produsen dalam menghasilkan dan mengedarkan produk mereka.

b. Prinsip Perlindungan Konsumen

Mengulas prinsip-prinsip hukum, penting untuk dipahami bahwa prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar bagi pembentukan norma hukum,

²⁰ Janus Sibalodak, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, PT CitraAdityaBakti, Bandung, 2014, hlm 8.

dan norma hukum inilah yang mendasari penciptaan peraturan hukum. Dari satu prinsip hukum, dapat muncul beragam norma hukum hingga jumlahnya tak terbatas, dan dari satu norma hukum, dapat tercipta banyak aturan hukum hingga jumlahnya tak terbatas.²¹

Terdapat lima prinsip perlindungan konsumen yang diatur oleh Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:²²

- 1) Prinsip Manfaat
- 2) Prinsip Keadilan
- 3) Prinsip Keseimbangan
- 4) Prinsip Keamanan dan Keselamatan Konsumen
- 5) Prinsip Kepastian Hukum

Pasal 24 ayat (1) menyatakan bahwa Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:

- 1) Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- 2) Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh

²¹ Amanda Maylaksita, *Skripsi* “Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone di Yogyakarta”, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia 2017, hlm 19

²² N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen*, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm 83.

pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

Dengan demikian, landasan teori perlindungan konsumen menurut UUPK adalah keadilan dan keseimbangan, kebebasan dalam memilih, kepastian hukum, kepentingan umum, dan kepercayaan konsumen.²³

c. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen dalam Pasal 3 Undang-Undang tahun 1999 tentang Perlindungan Konesumen bertujuan untuk:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekkses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

²³ Aan Handriani, *Jurnal Hukum Vol. 3 No. 2*, “Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online”, November 2020, hlm 128.

- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Negara memiliki tanggung jawab dalam mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, dan untuk mencapai hal ini, melakukan pembinaan serta pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen melalui langkah-langkah berikut:²⁴

- 1) Terbentuknya lingkungan bisnis yang kondusif dan perkembangan hubungan yang positif antara pengusaha dan konsumen.
- 2) Perkembangan institusi perlindungan hukum bagi konsumen, baik yang diinisiasi oleh pemerintah atau oleh inisiatif masyarakat.
- 3) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan peningkatan aktivitas penelitian dan pengembangan dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen.

²⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm 27.

d. Pengertian Konsumen

Menurut pasal 1 angka 2 UUPK 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 dan tidak untuk diperdagangkan.

e. Hak-Hak Konsumen

Menurut pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak sebagai berikut:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/jasatersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, sertajaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/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 mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, secara 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.

f. Kewajiban Konsumen

Selain memperoleh hak tersebut, menurut pasal 5 UUPK, konsumen memiliki kewajiban sebagai berikut:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

g. Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 angka 3 UUPK pengertian 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

h. Hak-Hak Pelaku Usaha

Menurut pasal 6 UUPK, pelaku usaha memiliki hak sebagai berikut:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya;
- 6) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

i. Kewajiban Pelaku Usaha

Menurut pasal 7 UUPK, pelaku usaha memiliki kewajiban sebagai berikut:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi 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 yang diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Perjanjian

a. Perjanjian pada Umumnya

Menurut Subekti pengertian dari perjanjian adalah kejadian dari pihak pertama dan pihak kedua saling mengikat atau dimana keduanya saling melakukan perjanjian untuk melakukan suatu hal.²⁵

Prof Dr R Wirjono Prodjodikoro berpendapat bahwa perjanjian adalah tindakan hukum yang melibatkan harta dan kekayaan antara dua pihak, di mana salah satu pihak berkomitmen untuk melakukan tindakan tertentu atau menghindari tindakan tertentu, sementara pihak lainnya memiliki hak untuk menuntut pemenuhan komitmen tersebut.²⁶

b. Perjanjian Jual Beli

Jual beli adalah suatu bentuk perjanjian di mana seseorang menukar atau mengganti suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya. Dalam bahasa Arab, istilah "jual beli" berasal dari lafadz yang memiliki arti akad penyerahan atau pertukaran. Dalam konteks syariah, jual beli dapat dilakukan dengan memiliki harta dan menukarkannya dengan harta lainnya berdasarkan izin syariah, atau hanya memiliki manfaat dari harta tersebut dengan melakukan pembayaran berupa uang atau sejenisnya.

Beberapa ulama mendefinisikan jual beli secara syar'i sebagai akad yang melibatkan pertukaran harta dengan harta lainnya secara khusus. Namun, argumen ini dapat dibantah dengan menjelaskan bahwa definisi

4. ²⁵Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Jakarta, 2011, hlm.

²⁶ Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2013, hlm 1.

jual beli sebenarnya adalah akad yang melibatkan pertukaran antara dua pihak tanpa menggunakan kata sandaran yang menghubungkan keduanya.²⁷

Pengertian jual beli menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yaitu suatu kesepakatan di mana satu pihak berjanji untuk memberikan suatu barang, sementara pihak lain berkomitmen untuk membayar harga yang telah disepakati. Suatu perjanjian jual beli akan dianggap sah apabila pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut memiliki kewajiban untuk mematuhi persyaratan sah perjanjian jual beli. Adapun syarat sah perjanjian yaitu:²⁸

- 1) Kesepakatan para pihak;
- 2) Kecakapan para pihak;
- 3) Objek yang diperjanjikan;
- 4) Suatu sebab yang halal.

Kesepakatan kedua belah pihak tentang barang atau jasa yang akan diperjualbelikan serta nilai tukar dari barang tersebut dengan harga merupakan jual beli yang telah dianggap terjadi. Meskipun pembayaran dan penerimaan barang atas barang atau jasa belum dilakukan. Hal ini disebut dengan kesepakatan. Ganti kerugian wajib dilaksanakan ketika

²⁷ Abdul Aziz Muhammad Azzam, 2010, *Fiqih Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, Sinar Grafika Offset, Jakarta, hlm.25.

²⁸ Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006, hlm. 2.

salah satu pihak mengingkari pihak lain. Ada beberapa kewajiban penjual yang harus dilaksanakan yaitu:²⁹

- 1) Penjual wajib menyerahkan barang dan hak milik atas barang tersebut kepada pembeli dan memberikan jaminan penguasaan barang yang dijual dengan aman tentram dan tidak ada cacat tersembunyi;
- 2) Barang yang diserahkan harus dalam kondisi seperti apa yang telah diperjanjikan seperti perlengkapannya yaitu bukti kepemilikan;
- 3) Penjual wajib memberikan barang sesuai dengan apa yang telah disepakati seperti ukuran, jumlah barang atau jasa tersebut.;
- 4) Jika pembeli membatalkan perjanjian jual beli maka penjual menyerahkan kembali biaya yang telah dibayarkan.

Menurut Pasal 433 ayat 1 dan 2 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, kesimpulan yang didapat bahwa jual beli adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli, di mana penjual harus menyampaikan barang beserta hak kepemilikan kepada pembeli dan menjamin bahwa barang tersebut tidak memiliki cacat fisik maupun hukum. Selanjutnya, pembeli diwajibkan untuk membayar harga yang telah disepakati.³⁰

²⁹ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 13.

³⁰ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm 3.

3. Transaksi Elektronik/*E-Commerce*

E-Commerce adalah bentuk kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, manufaktur, penyedia layanan, dan pedagang perantara dengan memanfaatkan jaringan komputer, yaitu *internet*.³¹ Sebagai suatu sistem perdagangan berbasis teknologi, *E-Commerce* diyakini memiliki potensi untuk mengubah paradigma perdagangan konvensional di masyarakat. Tradisionalnya, interaksi antara penjual dan pembeli terjadi secara langsung atau tatap muka. Namun, dengan hadirnya *E-Commerce*, dinamika ini berubah menjadi interaksi tidak langsung, di mana transaksi dapat dilakukan tanpa perlu pertemuan fisik terlebih dahulu. Dengan demikian, *E-Commerce* dianggap sebagai penggerak ekonomi baru dalam ranah teknologi, menyajikan sistem yang lebih praktis karena pembeli dan penjual tidak harus bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi.³²

Transaksi jual beli online, atau *E-Commerce*, merujuk pada kesepakatan komersial antara penjual dan pembeli, atau pihak lain yang terlibat, dalam kerangka perjanjian yang sama untuk mentransfer barang, jasa, dan hak kepemilikan.³³ Dalam konteks transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet, pihak-pihak yang terlibat dalam proses ini menjalin hubungan hukum

³¹ Abdul Halim Barakatullah, Teguh Prasetyo *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Cetakan Kedua, Pustaka Pelajar, Yogyakarta 2006, hlm 10

³² Muhammad Firman Ahsan, *Skripsi* “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online”, Universitas Islam Indonesia, 2021

³³ Laksamana Varelino Zeustan Hartono, Paramita Prananingtyas, *Jurnal NOTARIUS, Volume 16 Nomor 3*, “Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online”, hlm 1364.

yang difasilitasi melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik.³⁴

F. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi Operasional ini terdapat unsur penelitian yang berkaitan tentang penelitian yang akan dibahas. Berdasarkan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan dari konsep masing-masing variabel penelitian, sebagai berikut:

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.
2. Jual Beli adalah bentuk perjanjian di mana seseorang menukar atau mengganti suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya.
3. *E-Commerce* adalah menggunakan internet untuk melakukan jual beli.
4. 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

³⁴ Erizka Permatasari, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengawasan-jual-beli-ionline-i-ini-pihak-yang-terlibat-lt6154104e1a744> Pengawasan Jual Beli *Online*, Ini Pihak yang Terlibat, Diakses pada hari Jumat tanggal 20 Oktober 2023, pukul 18.33 WIB.

5. 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 dan tidak untuk diperdagangkan.

G. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris. Metode yuridis empiris merupakan sebuah metode penelitian hukum yang berupaya untuk meninjau hukum dalam implementasinya di dalam masyarakat.³⁵ Dalam hal ini, peninjauan yuridis digunakan untuk menganalisa berbagai peraturan yang terkait dengan perlindungan hukum terhadap masyarakat yang membeli tiket dari calo melalui *E-commerce*. Sedangkan pengamatan empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang terjadi di masyarakat, pemerintah, atau penegak hukum dalam realitas.³⁶

2. Objek Penelitian

³⁵ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002, hlm 15

³⁶ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm 50.

Objek penelitian ini adalah **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE***.

3. Sumber Bahan Hukum

Sumber hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sumber data sekunder, yakni data yang diperoleh secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain baik lisan maupun tulisan. Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bahan hukum primer, terdiri dari Berita/data di media *online* dan/atau media massa terkait konsumen *E-Commerce* dalam penelitian ini Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik.
- b. Bahan hukum sekunder, berupa literatur-literatur yang terdiri dari buku, makalah, jurnal, dan referensi-referensi lain yang terkait dengan Perlindungan Konsumen.
- c. Bahan tersier, adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder meliputi Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, dan Kamus Bahasa Inggris.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Penelitian dengan pendekatan perundang-undangan menggunakan undang-undang sebagai dasar penelitian dan mengutamakan undang-undang sebagai bahan acuan. Pendekatan perundang-undangan biasanya digunakan untuk meneliti peraturan perundang-undangan yang masih kekurangan atau malah menyuburkan praktik penyimpangan baik dalam tataran teknis atau dalam pelaksanaannya di lapangan.³⁷

Selain itu pendekatan yang peneliti gunakan adalah pendekatan kasus, di mana peneliti mencoba membangun argumentasi hukum dari sudut pandang kasus nyata yang terjadi di dunia nyata. tentunya dengan kaitannya dengan kasus atau peristiwa hukum. Jenis pendekatan ini biasanya bertujuan untuk menemukan nilai kebenaran dan cara terbaik untuk menyelesaikan peristiwa hukum yang terjadi sesuai dengan keadilan.³⁸

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin diteliti. Hal tersebut berguna sebagai fakta pendukung dalam

³⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (edisi Revisi), Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hlm 133.

³⁸ *Ibid.*

memaparkan penelitian. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara. Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang menjadi subjek penelitian ini. Pedoman wawancara merupakan sarana pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.³⁹
 - b. Data Sekunder yang diperoleh melalui penelusuran kepustakaan, yakni dilakukan dengan menyeleksi data sekunder atau bahan hukum, kemudian melakukan klasifikasi menurut penggolongan bahan hukum, dan kemudian melakukan penyusunan data hasil penelitian secara runtut, sistematis, dan logis. Dengan begitu dapat terlihat hubungan dan keterkaitan antara bahan hukum satu dengan bahan hukum lainnya sehingga mendapatkan gambaran umum dari hasil penelitian.
6. Analisa Bahan Hukum

Analisis yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif dengan menekankan hasil data pustaka. Data yang didapatkan oleh penulis kemudian dipadukan dengan data dokumen atau data pustaka dan peraturan yang berlaku kemudian dituangkan dalam bentuk uraian yang sistematis,

³⁹ Sartono Kartodirjo, *Metodologi Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1983), hlm 56

selanjutnya untuk memperoleh penyelesaian masalah, ditarik kesimpulan secara deduktif yakni dari hal yang bersifat umum ke khusus.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penelitian ini dibagi menjadi empat bagian dengan sistematika sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN** terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, orisinalitas penulisan, metode penelitian, dan kerangka penulisan. Pada bab ini penulis menitikberatkan pada alasan bahwa adanya persoalan hukum yang akan dibahas sebagai proses awal dalam penelitian yang akan dilakukan mengenai perlindungan konsumen terhadap masyarakat yang membeli tiket dari calo melalui *E-Commerce* dan bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap hak konsumen dalam transaksi *E-Commerce*.
2. **BAB II TINJAUAN UMUM** tentang Perlindungan Konsumen, Perlindungan Konsumen Menurut Perspektif Islam, Jual Beli, dan Jual Beli Online. Pada bab ini menitik beratkan pada segi teori atau tinjauan pustaka yang diperoleh dari bahan hukum yang berhubungan dengan penelitian
3. **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** membahas rumusan masalah dengan memaparkan hasil dari penelitian dan

melakukan analisa dasar hukum yang dapat digunakan untuk menitikberatkan pada permasalahan yang diteliti.

4. **BAB IV PENUTUP** merupakan kesimpulan hasil penelitian dan saran – saran yang diajukan. Kesimpulan ini juga merupakan jawaban dari permasalahan yang diajukan pada bab pendahuluan merupakan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP

KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI

E-COMMERCE

A. PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Salah satu tujuan dari sistem hukum adalah melindungi masyarakat, khususnya mereka yang berada dalam posisi yang kurang berdaya akibat ketidakseimbangan dalam hubungan hukum.⁴⁰ Hal ini berarti bahwa hukum harus memberikan perlindungan yang adil bagi semua orang, tanpa memandang kekayaan atau status sosial mereka.⁴¹ Oleh karena itu, penting bagi sistem hukum untuk memastikan adanya keadilan yang merata bagi semua warga masyarakat.

Perlindungan Konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upayanya memenuhi kebutuhan mereka dan melindungi mereka dari hal-hal yang dapat merugikan mereka.⁴² Di Indonesia, istilah ini masih relatif baru dalam bidang hukum, sementara di negara maju, pembahasan tentang

⁴⁰ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, UB PRESS, Malang, 2011, hlm.30.

⁴¹ Aprillia Revathatia Cahyalaguna, Sindi Nur Rahma Putri, *Jurnal Hukum Vol 2 No. 1* “Penegakan Hukum yang Berlandaskan Pancasila: Menegakkan Keadilan, Kemanusiaan, dan Demokrasi”, Juni, 2023, hlm 5.

⁴² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*, Kencana, Jakarta, 2013 hlm.54.

perlindungan konsumen telah seiring dengan perkembangan industri dan teknologi.⁴³

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) berfokus pada hak dan tanggung jawab konsumen dalam transaksi jual beli, termasuk dalam konteks jual beli online. Pengertian Perlindungan konsumen dalam pasal 1 angka 1 UUPK adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁴⁴ Undang-undang ini menetapkan bahwa perlindungan konsumen memiliki ruang lingkup yang luas, mencakup aspek perlindungan terhadap barang dan jasa, dimulai dari proses perolehan barang dan jasa hingga dampak-dampak yang mungkin timbul akibat penggunaan barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen ini dapat dipilah menjadi dua aspek yang berbeda.⁴⁵

- c. Perlindungan terhadap situasi di mana konsumen menerima barang atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau yang melanggar ketentuan hukum bisa ditempatkan dalam berbagai konteks, seperti masalah penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, dan lain sebagainya. Hal ini termasuk pertimbangan apakah produk tersebut memenuhi standar keamanan dan keselamatan konsumen.

⁴³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung 2010), hlm 9.

⁴⁴ Renata Christha Auli, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/hukum-perlindungan-konsumen-cakupan-tujuan-dan-dasarnya-lt62dfc65f7966c>, Diakses terakhir pada Rabu 20 Desember 2023, 16.16 WIB

⁴⁵ Janus Sibalodak, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, PT CitraAdityaBakti, Bandung, 2014, hlm 8.

Selain itu, masalah kompensasi kepada konsumen ketika terjadi kerugian akibat penggunaan produk yang tidak sesuai juga merupakan bagian dari perhatian ini.

- d. Perlindungan terhadap praktek yang tidak adil terhadap konsumen mencakup berbagai aspek, termasuk promosi dan periklanan yang tidak jujur, isi kontrak, penetapan harga, pelayanan pelanggan, dan sebagainya. Hal ini berfokus pada tindakan yang diambil oleh produsen dalam menghasilkan dan mengedarkan produk mereka.

2. Prinsip Perlindungan Konsumen

Mengulas prinsip-prinsip hukum, penting untuk dipahami bahwa prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar bagi pembentukan norma hukum, dan norma hukum inilah yang mendasari penciptaan peraturan hukum. Dari satu prinsip hukum, dapat muncul beragam norma hukum hingga jumlahnya tak terbatas, dan dari satu norma hukum, dapat tercipta banyak aturan hukum hingga jumlahnya tak terbatas.⁴⁶

AZ Nasution berpendapat bahwa dalam Hukum Konsumen, terdapat prinsip-prinsip yang mengatur serta melindungi kepentingan konsumen, menjadikan perlindungan konsumen sebagai bagian dari Hukum Konsumen.⁴⁷

⁴⁶ Amanda Maylaksita, *Skripsi* “Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone di Yogyakarta”, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia 2017, hlm 19.

⁴⁷ AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm 65.

Terdapat lima prinsip perlindungan konsumen yang diatur oleh Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:⁴⁸

- a. Prinsip Manfaat: Perlindungan terhadap konsumen harus memberikan keuntungan yang optimal, baik bagi kepentingan individu konsumen maupun untuk kepentingan keseluruhan pelaku usaha secara umum.
- b. Prinsip Keadilan: Memberikan peluang yang sama kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan hak mereka dan menjalankan kewajiban secara adil.
- c. Prinsip Keseimbangan: Menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah baik dari segi materiil maupun spiritual.
- d. Prinsip Keamanan dan Keselamatan Konsumen: Menjamin keamanan dan keselamatan konsumen terhadap produk dan layanan yang mereka peroleh.
- e. Prinsip Kepastian Hukum: Menegaskan bahwa pelaku usaha dan konsumen harus patuh pada hukum dan memiliki akses terhadap keadilan, sambil negara menjamin kepastian hukum.

⁴⁸ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen*, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm 83.

Pasal 24 ayat (1) menyatakan bahwa Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan berita bohong

apabila:

- a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

Dengan demikian, landasan teori perlindungan konsumen menurut UUPK adalah keadilan dan keseimbangan, kebebasan dalam memilih, kepastian hukum, kepentingan umum, dan kepercayaan konsumen.⁴⁹

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen dalam Pasal 3 Undang-Undang tahun 1999 tentang Perlindungan Konesumen bertujuan untuk:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekse negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

⁴⁹ Aan Handriani, *Jurnal Hukum Vol. 3 No. 2*, “Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online”, November 2020, hlm 128.

- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Negara memiliki tanggung jawab dalam mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, dan untuk mencapai hal ini, melakukan pembinaan serta pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen melalui langkah-langkah berikut:⁵⁰

- a. Terbentuknya lingkungan bisnis yang kondusif dan perkembangan hubungan yang positif antara pengusaha dan konsumen.
- b. Perkembangan institusi perlindungan hukum bagi konsumen, baik yang diinisiasi oleh pemerintah atau oleh inisiatif masyarakat.

⁵⁰ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm 27.

- c. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan peningkatan aktivitas penelitian dan pengembangan dalam konteks perlindungan hukum bagi konsumen.

4. Objek Perlindungan Konsumen

Objek perlindungan konsumen adalah barang dan jasa yang dijelaskan dalam UUPK. Pada Pasal 1 angka 4 UUPK “Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.” Pada Pasal 5 “Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.”

5. Konsumen

Beberapa definisi mengenai konsumen yang diajukan, baik dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai langkah menuju pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maupun dalam Undang-Undang itu sendiri.⁵¹

Berikut merupakan pengertian konsumen menurut para ahli dan undang-undang:

- a. Menurut Philip Kotler

⁵¹ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali-Pers, Jakarta, 2011, hlm 19.

Konsumen dapat didefinisikan sebagai semua orang dan keluarga yang memperoleh barang atau jasa untuk tujuan konsumsi pribadi dengan cara membeli atau memperolehnya.⁵²

b. Menurut Az. Nasution

Definisi konsumen adalah setiap individu yang memperoleh barang dan jasa untuk digunakan dalam tujuan tertentu.⁵³

c. Menurut pasal 1 angka 2 UUPK

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 dan tidak untuk diperdagangkan.”

6. Hak-Hak Konsumen

Menurut pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/jasatersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, sertajaminan yang dijanjikan;

⁵² Philip Kotler, *Principles of Marketing, Pretince-Hall Inc*, Engglewood Cliffs New Jersey, 1980, 267-268.

⁵³ Celina Tri Kristiyawati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm 25.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/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 mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, secara tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau 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.

Dalam hal hak pelaku usaha, UUPK yang mengatur prinsip i'tikad baik, menekankan bahwa prinsip tersebut lebih menitikberatkan pada pelaku usaha di seluruh tahapan kegiatan usahanya, mulai dari perancangan dan produksi barang hingga tahap purna penjualan. Sebaliknya, konsumen hanya diwajibkan untuk menjalankan prinsip itikad baik dalam proses transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Ini disebabkan oleh fakta bahwa potensi kerugian bagi konsumen dimulai sejak tahap perencanaan barang oleh pelaku

usaha, sedangkan peluang bagi konsumen untuk merugikan pelaku usaha atau produsen baru muncul saat proses transaksi berlangsung.⁵⁴

7. Kewajiban Konsumen

Selain memperoleh hak tersebut, menurut pasal 5 UUPK, konsumen memiliki kewajiban sebagai berikut:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

8. Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 angka 3 UUPK pengertian 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

⁵⁴ M.Yusri, *Jurnal Fakultas Hukum IAIN Raniri Vol 7 No 1* “Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam”, 2011, hlm 11.

Pelaku usaha yang dimasukkan dalam definisi sesuai dengan Pasal 1 angka 3 UUPK mencakup perusahaan, badan korporasi, BUMN (Badan Usaha Milik Negara), koperasi, importir, pedagang, dan distributor. Dengan definisi yang mencakup berbagai makna ini, akan lebih memudahkan konsumen dalam proses pengajuan tuntutan ganti rugi. Konsumen yang menggunakan produk tidak akan mengalami kesulitan dalam menentukan kepada siapa tuntutan mereka akan diajukan, karena adanya berbagai pihak yang dapat dikenakan tuntutan.⁵⁵

9. Hak-Hak Pelaku Usaha

Menurut pasal 6 UUPK, pelaku usaha memiliki hak sebagai berikut:

- 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 di dalam 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;

⁵⁵ M.Yusri, *Jurnal Fakultas Hukum IAIN Raniri Vol 7 No 1*, “Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam”, 2011, hlm 11.

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya;
- f. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

10. Kewajiban Pelaku Usaha

Menurut pasal 7 UUPK, pelaku usaha memiliki kewajiban 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;
- 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. Memberi 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 yang diperdagangkan;

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

B. PERJANJIAN

1. Perjanjian pada Umumnya

Menurut Subekti pengertian dari perjanjian adalah kejadian dari pihak pertama dan pihak kedua saling mengikat atau dimana keduanya saling melakukan perjanjian untuk melakukan suatu hal.⁵⁶

Prof Dr R Wirjono Prodjodikoro berpendapat bahwa perjanjian adalah tindakan hukum yang melibatkan harta dan kekayaan antara dua pihak, di mana salah satu pihak berkomitmen untuk melakukan tindakan tertentu atau menghindari tindakan tertentu, sementara pihak lainnya memiliki hak untuk menuntut pemenuhan komitmen tersebut.⁵⁷

4. ⁵⁶Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Jakarta, 2011, hlm.

⁵⁷ Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2013, hlm 1.

2. Jenis-Jenis Perjanjian

Kontrak atau perjanjian memiliki beragam tipe yang mengatur perincian bagaimana perjanjian tersebut akan dijalankan. Beberapa kategori perjanjian yang dapat diidentifikasi meliputi:⁵⁸

- a. Perjanjian Jual Beli
- b. Perjanjian Tukar Menukar
- c. Perjanjian Sewa Menyewa
- d. Perjanjian Pinjam Pakai dan Perjanjian Pinjam Meminjam
- e. Perjanjian Kredit
- f. Perjanjian Sewa Beli
- g. Perjanjian Kontrak Karya

3. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Jual beli adalah suatu bentuk perjanjian di mana seseorang menukar atau mengganti suatu barang atau jasa dengan barang atau jasa lainnya. Dalam bahasa Arab, istilah "jual beli" berasal dari lafadz yang memiliki arti akad penyerahan atau pertukaran. Dalam konteks syariah, jual beli dapat dilakukan dengan memiliki harta dan menukarkannya dengan harta lainnya berdasarkan izin syariah, atau hanya memiliki manfaat dari harta tersebut dengan melakukan pembayaran berupa uang atau sejenisnya. Beberapa ulama mendefinisikan jual beli secara syar'i sebagai akad yang melibatkan pertukaran harta dengan harta

⁵⁸ Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2013, hlm 124.

lainnya secara khusus. Namun, argumen ini dapat dibantah dengan menjelaskan bahwa definisi jual beli sebenarnya adalah akad yang melibatkan pertukaran antara dua pihak tanpa menggunakan kata sandaran yang menghubungkan keduanya.⁵⁹

Pengertian jual beli menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yaitu suatu kesepakatan di mana satu pihak berjanji untuk memberikan suatu barang, sementara pihak lain berkomitmen untuk membayar harga yang telah disepakati.

4. Syarat Sah Perjanjian

Pengertian jual beli menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Suatu perjanjian jual beli akan dianggap sah apabila pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut memiliki kewajiban untuk mematuhi persyaratan sah perjanjian jual beli. Adapun syarat sah perjanjian yaitu :⁶⁰

- a. Kesepakatan para pihak; Kesepakatan berarti bahwa ada persamaan keinginan antara pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian mengenai hal-hal utama yang diharapkan dalam kesepakatan tersebut. Dalam

⁵⁹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, 2010, *Fiqih Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, Sinar Grafika Offset, Jakarta, hlm.25.

⁶⁰ Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006, hlm. 2.

konteks ini, para pihak harus memiliki niat yang bebas dan sukarela untuk terlibat, dengan kemungkinan peneguhan kesepakatan baik secara ekspres maupun dengan cara yang lebih tidak langsung. Kebebasan dalam hal ini berarti tidak adanya unsur-unsur kesalahan, tekanan, atau penipuan. Secara *a contrario*, berdasarkan Pasal 1321 KUHPerdara, “perjanjian menjadi tidak sah, apabila kesepakatan terjadi karena adanya unsur-unsur kekhilafan, paksaan, atau penipuan.”

- b. Kecakapan para pihak; menurut Pasal 1329 KUHPerdara “Tiap orang berwenang untuk membuat perikatan, kecuali jika ia dinyatakan tidak cakap untuk hal itu.”
- c. Objek yang diperjanjikan; menurut Pasal 1332 KUHPerdara objek yang diperjanjikan “Hanya barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok persetujuan.” dan menurut Pasal 1333 KUHPerdara objek yang diperjanjikan “Suatu persetujuan harus mempunyai pokok berupa suatu barang yang sekurang-kurangnya ditentukan jenisnya. Jumlah barang itu tidak perlu pasti, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung.”
- d. Suatu sebab yang halal; Sebab yang halal adalah isi perjanjian itu sendiri, yang menggambarkan tujuan yang akan dicapai oleh para

pihak. Isi dari perjanjian itu tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, maupun dengan ketertiban umum.⁶¹

Kesepakatan kedua belah pihak tentang barang atau jasa yang akan diperjualbelikan serta nilai tukar dari barang tersebut dengan harga merupakan jual beli yang telah dianggap terjadi. Meskipun pembayaran dan penerimaan barang atas barang atau jasa belum dilakukan. Hal ini disebut dengan kesepakatan. Ganti kerugian wajib dilaksanakan ketika salah satu pihak mengingkari pihak lain. Ada beberapa kewajiban penjual yang harus dilaksanakan yaitu:⁶²

- a. Penjual wajib menyerahkan barang dan hak milik atas barang tersebut kepada pembeli dan memberikan jaminan penguasaan barang yang dijual dengan aman tentram dan tidak ada cacat tersembunyi;
- b. Barang yang diserahkan harus dalam kondisi seperti apa yang telah diperjanjikan seperti perlengkapannya yaitu bukti kepemilikan;
- c. Penjual wajib memberikan barang sesuai dengan apa yang telah disepakati seperti ukuran, jumlah barang atau jasa tersebut;
- d. Jika pembeli membatalkan perjanjian jual beli maka penjual menyerahkan kembali biaya yang telah dibayarkan.

⁶¹ <https://www.hukumonline.com/klinik/a/macam-macam-perjanjian-dan-syarat-sahnya-1t4c3d1e98bb1bc/>. Diakses pada hari Jumat tanggal 20 Oktober 2023, pukul 18.30 WIB.

⁶² Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 13.

Menurut Pasal 433 ayat 1 dan 2 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, kesimpulan yang didapat bahwa jual beli adalah kesepakatan antara penjual dan pembeli, di mana penjual harus menyampaikan barang beserta hak kepemilikan kepada pembeli dan menjamin bahwa barang tersebut tidak memiliki cacat fisik maupun hukum. Selanjutnya, pembeli diwajibkan untuk membayar harga yang telah disepakati.⁶³

5. Unsur dalam Jual Beli

Dalam transaksi jual beli, terdapat dua elemen krusial yang perlu diperhatikan, yakni:⁶⁴

a. Barang atau benda yang menjadi objek transaksi

Pentingnya pihak yang terlibat menyepakati penyerahan barang berwujud atau benda dalam transaksi jual beli menjadi fokus utama. Barang diartikan sebagai segala hal yang dapat dijadikan sebagai harta benda atau kekayaan. Syaratnya, berdasarkan Pasal 1332 KUHPerdata, hanya barang-barang yang umumnya diperdagangkan yang dapat dijadikan objek kesepakatan.

KUHPerdata mencatat tiga jenis barang dalam Pasal 503-Pasal 505, yaitu:

1) Ada barang yang bertubuh dan ada barang yang tak bertubuh.

⁶³ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm 3.

⁶⁴ Muhammad Luqman Fauzan, *Skripsi “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend”*, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2020, hlm 52.

- 2) Ada barang yang bergerak dan ada barang yang tak bergerak.
- 3) Ada barang yang bergerak yang dapat dihabiskan, dan ada yang tidak dapat dihabiskan; yang dapat dihabiskan adalah barang-barang yang habis karena dipakai.

Pertukaran barang tersebut diatur dalam KUHPerdara sebagai berikut:

- 1) Barang bergerak memerlukan penyerahan kekuasaan atas barang tersebut (Pasal 612 KUHPerdara).
- 2) Barang tidak bergerak memerlukan pengumuman melalui akta, yang dikenal sebagai perbuatan balik nama di hadapan pegawai kadaster, atau pegawai balik nama (Pasal 616 dan Pasal 620 KUHPerdara).
- 3) Barang yang tidak memiliki bentuk fisik dilakukan melalui pembuatan akta otentik atau di bawah tangan, yang mengalihkan hak-hak atas barang-barang tersebut kepada pihak lain (Pasal 613 KUHPerdara).

b. Harga

Harga mengacu pada jumlah yang harus dibayar dalam bentuk uang. Transaksi jual beli terjadi ketika pembayaran dilakukan dengan menggunakan uang. Penetapan harga merupakan tanggung jawab kedua belah pihak. Kesepakatan harga yang telah ditentukan menjadi kewajiban utama bagi pembeli dalam suatu perjanjian jual beli.

Pelunasan harga dapat dilakukan dengan memilih salah satu dari metode pembayaran berikut.⁶⁵

1) Transaksi Tunai Seketika

Metode jual beli di mana pembayaran dilakukan secara tunai segera setelah rumah diserahkan kepada pembeli. Ini adalah cara yang klasik namun umum digunakan dalam transaksi jual beli properti. Pembayaran lengkap diserahkan pada saat yang sama dengan penyerahan rumah sebagai objek jual beli.

2) Pembelian dengan Cicilan/Kredit

Metode jual beli di mana pembayaran dilakukan dalam beberapa tahap, sementara rumah diserahkan kepada pembeli secara penuh di awal, meskipun pembayaran belum sepenuhnya diselesaikan. Dalam konteks hukum, perjanjian jual beli dan alih hak dianggap telah terjadi, sementara sisa pembayaran dianggap sebagai utang piutang.

3) Pembelian dengan Pemesanan/*Indent*

Metode jual beli properti di mana setelah melakukan pemesanan atau indent (pengikatan pendahuluan), kedua belah pihak akan membuat perjanjian pengikatan jual beli. Perjanjian ini mencakup

⁶⁵ Muhammad Luqman Fauzan, *Skripsi* “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend”, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2020, hlm 54.

hak dan kewajiban keduanya yang diatur dalam akta pengikatan jual beli.

C. TRANSAKSI ELEKTRONIK/*E-COMMERCE*

1. Pengertian *E-Commerce*

Seiring dengan perubahan zaman, kebutuhan manusia semakin meningkat. Manusia memerlukan cara yang lebih efisien dan efektif dalam melakukan transaksi jual beli, baik dari segi cara maupun waktu. Dalam era teknologi ini, segala aspek kehidupan manusia terhubung dengan penggunaan teknologi. Oleh karena itu, berkembanglah teknologi dalam bidang jual beli, di mana penjual dan pembeli dapat melakukan transaksi tanpa harus bertemu secara langsung.⁶⁶ Mereka hanya berinteraksi melalui platform online seperti internet.⁶⁷

E-Commerce adalah bentuk kegiatan bisnis yang melibatkan konsumen, manufaktur, penyedia layanan, dan pedagang perantara dengan memanfaatkan jaringan komputer, yaitu *internet*.⁶⁸ Sebagai suatu sistem perdagangan berbasis teknologi, *E-Commerce* diyakini memiliki potensi untuk mengubah paradigma perdagangan konvensional di masyarakat. Tradisionalnya, interaksi antara penjual dan pembeli terjadi secara langsung atau tatap muka. Namun, dengan

⁶⁶ Muhamad Danuri, *Jurnal Infokam*, “Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital”. 2019, hlm 123.

⁶⁷ Fahmi Khalamillah, *Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) dalam Perspektif Hukum Islam*, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 26 Juli 2019, hlm 2.

⁶⁸ Abdul Halim Barakatullah, Teguh Prasetyo *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Cetakan Kedua, Pustaka Pelajar, Yogyakarta 2006, hlm 10

hadirnya *E-Commerce*, dinamika ini berubah menjadi interaksi tidak langsung, di mana transaksi dapat dilakukan tanpa perlu pertemuan fisik terlebih dahulu. Dengan demikian, *E-Commerce* dianggap sebagai penggerak ekonomi baru dalam ranah teknologi, menyajikan sistem yang lebih praktis karena pembeli dan penjual tidak harus bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi.⁶⁹

Transaksi jual beli online, atau *E-Commerce*, merujuk pada kesepakatan komersial antara penjual dan pembeli, atau pihak lain yang terlibat, dalam kerangka perjanjian yang sama untuk mentransfer barang, jasa, dan hak kepemilikan. Dalam konteks transaksi jual beli yang dilakukan melalui internet, pihak-pihak yang terlibat dalam proses ini menjalin hubungan hukum yang difasilitasi melalui suatu bentuk perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik.⁷⁰

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), pengertian Informasi Elektronik adalah “satu atau sekumpulan data elektronik, termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, electronic data interchange (EDI), surat elektronik (electronic mail), telegram, teleks, telecopy atau sejenisnya, huruf, tanda, angka, Kode Akses, simbol, atau perforasi yang telah diolah yang memiliki arti atau dapat dipahami oleh orang yang mampu memahaminya.”

⁶⁹ Muhammad Firman Ahsan, *Skripsi : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online*, Universitas Islam Indonesia, 2021, hlm 21.

⁷⁰ Rika Mawarni, *Jurnal Hukum Progresif Volume X*, “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi *E-Commerce* Melalui *Facebook*”, 2016, 1643.

Selain itu pada Pasal 1 angka 2 UU ITE Transaksi Elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

2. Asas dan Tujuan *E-Commerce*

Menurut pasal 3 Undang-Undang Transaksi Elektronik Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan 5 asas yaitu:

- a. Asas kepastian hukum berarti landasan hukum bagi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik serta segala sesuatu yang mendukung penyelenggaraannya yang mendapatkan pengakuan hukum di dalam dan di luar pengadilan.
- b. Asas manfaat berarti asas bagi pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik diupayakan untuk mendukung proses berinformasi sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c. Asas kehati-hatian berarti landasan bagi pihak yang bersangkutan harus memperhatikan segenap aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian, baik bagi dirinya maupun bagi pihak lain dalam pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d. Asas iktikad baik berarti asas yang digunakan para pihak dalam melakukan Transaksi Elektronik tidak bertujuan untuk secara sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakibatkan kerugian bagi pihak lain tanpa sepengetahuan pihak lain tersebut.

- e. Asas kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi berarti asas pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik tidak terfokus pada penggunaan teknologi tertentu sehingga dapat mengikuti perkembangan pada masa yang akan datang.

Menurut pasal 4 UUIITE pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a. mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia;
- b. mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik;
- d. membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan
- e. memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

3. Kelebihan *E-Commerce*

Pelaku bisnis menganggap *E-Commerce* sebagai peluang baru dalam dunia bisnis, karena platform ini memiliki sejumlah keunggulan yang signifikan. Beberapa kelebihan tersebut mencakup:⁷¹

- a. Luasnya cakupan dan jumlah konsumen yang besar merupakan keunggulan bagi pengecer yang memanfaatkan situs web. Mereka dapat menikmati pertumbuhan konsumen yang terus meningkat tanpa adanya hambatan geografis, serta tidak terbatas oleh waktu operasional selain keterbatasan perangkat keras dan perangkat lunak.
- b. Potensi pendapatan yang meningkat menjadi salah satu hasil positif dari adopsi situs web dalam penjualan dan distribusi. Para pedagang dapat meraih keuntungan dari pasar yang luas baik dari segi geografis maupun jumlah konsumen.
- c. Efisiensi biaya menjadi salah satu manfaat lainnya. Penggunaan transaksi *E-Commerce* dapat secara signifikan mengurangi biaya persediaan yang harus disiapkan oleh pedagang dalam periode tertentu. Beberapa perusahaan bahkan dapat beroperasi tanpa memiliki persediaan, namun masih dapat melakukan transaksi dengan efisien.

⁷¹ Dedi Riswandi, *Jurnal Econetica*, Vol.1 No.1, "Transaksi On-Line (*E-Commerce*: Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat)", Mei 2019, hlm 5

4. Kekurangan *E-Commerce*

Walaupun kelemahan *E-Commerce* dapat dipertimbangkan dari dua perspektif, yaitu teknis dan non-teknis, kerentanannya dapat terlihat pada aspek keamanan dan aspek non-teknis.⁷²

Secara teknis, masalah keamanan menjadi fokus utama, di mana kelemahan dalam sistem dapat mengakibatkan gangguan serius dan mempermudah terjadinya kejahatan dunia maya. Dinamika cepat dalam perkembangan teknologi juga menuntut pembaruan berkelanjutan pada perangkat yang digunakan.

Perhatian khusus juga harus diberikan pada integrasi sistem, terutama pada jaringan *E-Commerce* yang luas, karena semakin kompleksnya sistem yang berlaku. Kesuksesan *E-Commerce* sangat bergantung pada kekuatan integrasi sistem internet, sehingga ketersediaan jaringan internet menjadi keharusan mutlak.⁷³

Dari segi non-teknis, tantangan yang dihadapi juga tidak sedikit. Biaya tinggi untuk membangun sistem *E-Commerce* yang aman dan efektif menjadi hambatan bagi perusahaan yang masih dalam tahap perkembangan. Beberapa alternatif seperti website, blog, atau platform ritel online seperti Tokopedia,

⁷² Angga Septiawan, Jafar Faris Alkhair, *Makalah tentang E-Commerce*, Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2016, hlm 9

⁷³ *ibid*

OLX, atau Bukalapak mungkin dapat digunakan, tetapi layanan yang gratis seringkali memiliki kelemahan yang signifikan.⁷⁴

Kemudian, tingkat kepercayaan masyarakat dipengaruhi oleh kredibilitas situs atau platform resmi perusahaan. *E-Commerce*, dibandingkan dengan toko konvensional, mengandalkan review pelanggan sebagai salah satu elemen pemasaran dan evaluasi layanan yang ditawarkan. Di beberapa kasus, masalah keamanan diangkat sebagai aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan, terutama ketika *E-Commerce* mengandalkan situs gratis yang rentan terhadap potensi pelanggaran keamanan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

D. PERLINDUNGAN KONSUMEN PERSPEKTIF ISLAM

Perlindungan konsumen dalam hukum mencakup berbagai tindakan baik pencegahan maupun penindakan, dan dapat dilakukan baik secara tertulis maupun lisan guna mendorong pematuhan terhadap peraturan. Dalam perspektif Islam, negara memiliki kewenangan untuk ikut serta dalam segala aspek ekonomi, termasuk pengaturan dan pelaksanaan kegiatan ekonomi yang tidak dapat dilakukan secara mandiri, serta pengawasan terhadap kegiatan pasar. Dasar hukum untuk campur tangan negara dalam ekonomi Islam yaitu:⁷⁵

⁷⁴ Angga Septiawan, Jafar Faris Alkhair, *Makalah tentang E-Commerce*, Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2016, hlm 9

⁷⁵ Elisa Siti Widyastuti, Tiya Rissa Kamila, Panji Adam Agus Putra, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 1 No. 2*, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*: suatu Perspektif Hukum Islam”, Agustus, 2022, hlm 47

“Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik.” (QS. An-Nisa ayat 59).

Dalam kerangka hukum Islam, hak dan kewajiban diatur sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Hal ini bertujuan untuk mencegah timbulnya konflik kepentingan di dalam masyarakat. Contohnya, jika suatu produk memiliki cacat atau tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual, maka pembeli memiliki hak untuk mengembalikannya dan menggunakan "khiyar." Khiyar adalah hak yang dimiliki oleh pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli, yang memungkinkan mereka untuk memilih apakah akan melanjutkan kontrak tersebut atau membatalkannya. Ini berarti bahwa pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki kebebasan untuk menentukan apakah mereka akan melanjutkan perjanjian atau membatalkannya, tergantung pada situasi dan kepentingan mereka.⁷⁶

⁷⁶ Elisa Siti Widyastuti, Tiya Rissa Kamila, Panji Adam Agus Putra, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 1 No. 2*, “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*: suatu Perspektif Hukum Islam”, Agustus, 2022, hlm 44

Maksud konsumen Muslim dalam menggunakan produk atau layanan adalah untuk menjalankan ibadah dan mewujudkan apa yang diinginkan oleh Allah SWT. Ulama memberikan empat (4) tingkatan kepada konsumen, yang mencakup:⁷⁷

1. Wajib, mengonsumsi sesuatu untuk menghindari kemungkinan kebinasaan, dan jika seseorang yang mampu tidak melakukannya, maka itu dianggap sebagai dosa.
2. Sunnah, mengonsumsi melebihi kadar yang hanya diperlukan untuk menghindari kebinasaan, dan hal ini membantu seorang Muslim untuk menjalankan shalat dan puasa dengan lebih mudah.
3. Mubah, sesuatu yang dikonsumsi melebihi kebutuhan dasar hingga mencapai tingkat kenyang.
4. Mengonsumsi melebihi tingkat kenyang. Dalam hal ini, ada dua pendapat, satu menyatakan bahwa itu makruh, sementara yang lain menganggapnya haram.

⁷⁷ Jaribah bin Ahmad al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin al-Khatab*, terjemahan As- muni Solihan Zamakhsyari, Khalifa, Jakarta, 2008, hlm. 138.

BAB III

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE*

A. Perlindungan Konsumen Terhadap Masyarakat Pembeli Tiket Dari Calo Melalui *E-Commerce*

Perlindungan hukum merupakan suatu perlindungan dengan menggunakan sarana hukum atau perlindungan yang diberikan oleh hukum untuk kemudian ditujukan kepada perlindungan terhadap kepentingan tertentu, yaitu dengan menjadikan kepentingan-kepentingan yang perlu untuk dilindungi tersebut dalam sebuah hak hukum.⁷⁸ Perlindungan hukum yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli tiket konser dari calo melalui *E-Commerce*.

Dalam konteks jual beli, keberadaan calo dapat memiliki dampak positif dan negatif. Calo adalah pihak yang memperoleh keuntungan dengan cara memanfaatkan informasi atau posisinya dalam transaksi jual beli untuk mendapatkan keuntungan yang tidak seharusnya diperolehnya. Dampak dari keberadaan calo antara lain calo memberikan akses kepada konsumen terhadap produk tertentu yang sulit ditemukan di tempat lain. Masyarakat sebagai konsumen yang menggunakan jasa calo dikarenakan dapat menghemat waktu, tenaga, tidak membutuhkan biaya banyak serta praktis. Meskipun demikian, ini seringkali

⁷⁸ Harjono, *Konstitusi sebagai Rumah Bangsa, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi*, 2008, hlm. 357.

melibatkan risiko menerima produk palsu atau produk yang tidak sesuai dengan deskripsi. Selain itu calo dapat merugikan pihak lain yang terlibat dalam transaksi, serta dapat merusak kepercayaan dalam transaksi jual beli.

Calo tiket atau penjual tiket tidak resmi sulit untuk dipastikan tingkat keamanannya. Hal ini dikarenakan semua orang bisa dan berhak menjual tiket selama tidak melanggar hukum yang berlaku. Kasus dikutip dari Detik News pada detik.com tentang konsumen yang merasa ditipu dan mengalami kerugian. Pada kasus ini terdapat permasalahan hukum yang dirasakan Nurika selaku konsumen yang membeli tiket melalui calo. Permasalahan yang muncul ialah tiket yang diterima merupakan tiket palsu/tiket tidak resmi, sehingga konsumen tidak dapat memasuki tempat acara dikarenakan verifikasi tiket yang tidak lolos. @mbajastip_ selaku calo atau pelaku usaha dari penjual tiket resmi telah melakukan pelanggaran hukum sebagaimana tidak sesuai dengan informasi yang benar, jujur, dan jelas mengenai kondisi dan jaminan barang. Pelaku usaha mengatakan bahwa tiket yang dia jual tersebut merupakan tiket yang asli dan dapat dipergunakan untuk memasuki gate di konser itu.

Undang-Undang tidak mengatur tentang pengertian calo tetapi hanya menyebutkan pihak yang menggunakan atau membeli produk/jasa disebut sebagai konsumen, sedangkan pihak yang memperdagangkan produk/jasa disebut sebagai pelaku usaha.⁷⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

⁷⁹ Elisabeth Haryani, *Jurnal Hukum Adigama, Vol 4 No 2*, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser Dari Pelaku Usaha

Konsumen tentunya merupakan undang-undang yang menjadi rujukan apa bila ada pelanggaran terhadap hak konsumen dalam bertransaksi di Indonesia, namun undang-undang ini bukan menjadi satu-satunya rujukan peraturan perlindungan konsumen karena ada beberapa peraturan juga yang dapat menjadi rujukan seperti Undang-Undang ITE dalam hal transaksi jual beli *online*.

Jual beli yang dilakukan di sosial media dapat dikatakan adanya perjanjian antara kedua belah pihak. Suatu perjanjian dapat dikatakan persetujuan, karena dua pihak yang melakukan perbuatan yaitu membuat perjanjian setuju untuk melakukannya.⁸⁰ Subekti mengatakan bahwa perjanjian adalah peristiwa yang dimana seseorang berjanji kepada orang lain untuk melaksanakan sesuatu yang disepakati.⁸¹ Kesepakatan yang dilakukan pelaku usaha dengan konsumen akan melahirkan hak dan kewajiban yang akan mengikat.

Kesepakatan yang dilakukan oleh konsumen dan pelaku usaha terhadap jual beli tiket konser melalui *E-Commerce* yang menimbulkan hak dan kewajiban. Hak yang harus diterima konsumen adalah mendapat tiket konser sedangkan kewajibannya adalah melakukan pembayaran terhadap tiket konser. Sedangkan hak yang diterima pelaku usaha adalah menerima pembayaran terhadap penjualan tiket konser dan melakukan kewajiban menyerahkan tiket konser.

Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, Desember, 2021, hlm 1158.

⁸⁰ Nurfajri, Heri Tahir, Firman Muin, *Jurnal Pemikiran Penelitian Hukum*, “Tinjauan Hukum Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media”, Tomalebbi Volume 6, 2019, hlm 4

⁸¹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 2005, hlm 1

Pada Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara menjelaskan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Pada pasal ini berarti perjanjian tidak boleh bertentangan dengan perundang-undangan, ketertiban umum, kebiasaan dan kesusilaan yang berlaku. Perjanjian dapat dikatakan sah apabila memenuhi beberapa unsur pada Pasal 1320 KUHPerdara berisi ketentuan terjadi persetujuan yang sah, perlu dipenuhi empat syarat yaitu:

1. kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. suatu pokok persoalan tertentu
4. suatu sebab yang tidak terlarang

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa pelaku usaha telah mengabaikan unsur kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya. Perjanjian menjadi sah apabila para pihak sepakat terhadap segala hal yang terdapat di dalam perjanjian serta adanya persetujuan para pihak menghendaki apa yang telah disepakati. Bagaimana jika perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha ternyata mengandung informasi yang tidak akurat, tidak jelas, dan tidak jujur, sehingga konsumen baru menyadari mengalami kerugian setelah pelaksanaan perjanjian? Sehingga penulis berpendapat bahwa pada kasus di atas unsur syarat sah kesepakatan tidak terpenuhi. Persetujuan dalam suatu kesepakatan harus berasal dari kesadaran sepenuhnya. Apabila salah satu pihak tidak menyadari bahwa dia telah diperdaya, maka unsur tersebut tidak dapat dipenuhi.

Pasal 1321 KUHPerdata menyebutkan bahwa tiada sepakat yang sah jika sepakat itu diberikan karena kekhilafan, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan. Jika dilihat bahwa kasus di atas merupakan kasus penipuan. Perjanjian yang melibatkan tindakan penipuan dianggap tidak sah, sehingga tidak dapat diakui sebagai perjanjian yang sah. Syarat subyektif merupakan unsur dalam suatu perjanjian. Oleh karena itu, apabila syarat subjektif tidak terpenuhi, perjanjian tersebut dianggap dapat dibatalkan.

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus taat dan patuh berdasarkan pengaturan dalam UUPK. Berdasarkan pada Pasal 7 UUPK pelaku selain menerima haknya yaitu juga harus menjalankan kewajibannya namun meninjau pada praktiknya ada beberapa kewajiban pelaku usaha belum terpenuhi. Pasal 7 UUPK berisi sebagai berikut:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

5. Memberi 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 yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan Pasal 7 huruf a UUPK mengenai itikad baik bagi pelaku usaha. Mengkaji UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya baik dalam pemberian barang atau jasa. Pelaku usaha dalam praktiknya tidak sesuai dengan peraturan pada pasal 7 huruf a dimana Pelaku usaha tidak bertindak dengan itikad baik dan menyebabkan kerugian pada konsumen dengan memberikan tiket konser yang tidak sesuai, mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman. Selanjutnya, pelaku usaha tidak menunjukkan itikad baik dengan tidak memberikan kompensasi ganti rugi. Tiket yang diberikan tidak sesuai dengan kesepakatan, dan konsumen harus merelakan tiket tersebut karena tidak dapat digunakan untuk masuk ke dalam area konser. Hal ini sudah memenuhi bahwasanya pelaku usaha tidak memenuhi Pasal 7 huruf a UUPK.

Berdasarkan Pasal 7 huruf b UUPK yang berisi memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta

memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Ketentuan ini menjelaskan bahwa pelaku usaha dalam melaksanakan usahanya harus didasari oleh kejujuran dalam memberikan informasi mengenai barang yang ia jual belikan namun dalam praktik jual beli yang dilakukan pelaku usaha tidak sejalan dengan pengaturan tentang kewajiban pelaku usaha. Pelaku usaha dalam praktiknya tidak sesuai dengan peraturan pada pasal 7 huruf b dimana Pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa, serta kurang memberikan penjelasan yang memadai mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Selanjutnya, pelaku usaha memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kesepakatan, mengakibatkan konsumen harus merelakan tiket yang tidak dapat digunakan untuk memasuki pintu konser.

Berdasarkan Pasal 7 huruf d UUPK mengenai menjamin mutu barang yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang bagi pelaku usaha yaitu pelaku usaha. Mengkaji mengenai UUPK pelaku usaha diwajibkan menjamin mutu barang yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku. Pelaku usaha dalam praktiknya tidak sesuai dengan peraturan pada pasal 7 huruf d dimana pelaku usaha tidak memberikan jaminan mutu barang yang diperdagangkan dengan memalsukan barang.

Berdasarkan Pasal 7 huruf g UUPK mengenai kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Ketentuan ini menjelaskan bahwasanya pelaku usaha

apabila dalam melakukan jual beli menimbulkan kerugian bagi konsumen jual beli tiket konser melalui calo ini harus memberi ganti rugi sesuai dengan biaya kerugian yang diterima atau penggantian barang.

Konsumen melakukan transaksi jual beli tiket konser pada pelaku usaha. Kesepakatan dalam jual beli yaitu melakukan jual beli tiket konser namun pelaku usaha memberikan tiket konser kepada konsumen yang tidak sesuai dengan kesepakatan dimana tiket konser tersebut tidak bisa digunakan ketika akan memasuki gate konser. Konsumen dibebankan harga tiket konser Rp 1.500.000,00 (satu juta lima ratus ribu rupiah) untuk harga per tiketnya. Pelaku usaha tidak memberikan kompensasi ganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh konsumen.

Kerugian dalam hukum perdata dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu kerugian materiil dan/atau kerugian immateriil. Kerugian immateriil merujuk pada kerugian yang tidak dapat dirasakan secara langsung atau dapat dirasakan atau dirasakan di masa yang akan datang. Sementara itu, kerugian materiil adalah jenis kerugian yang dapat dirasakan secara langsung. Konsumen menerima kerugian materiil dalam kasus ini adalah barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang disepakati dan menyebabkan konsumen tidak bisa mengikuti konser. Kerugian terjadi karena adanya ketidaksesuaian antara tiket yang dibeli oleh konsumen dan tiket yang diterima dari pelaku usaha. Pelaku usaha atau perantara penjual tiket antara pelaku usaha dan konsumen merupakan jual beli yang tidak resmi, yang memungkinkan terjadinya situasi tersebut.

Konsumen memiliki hak-haknya sebagaimana disebutkan pada pasal 4 Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/jasatersebut 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/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 mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, secara 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.

Pada Pasal 4 angka 1 UUPK menjelaskan mengenai hak atas kenyamanan, keamanan, dalam menerima barang atau jasa. Konsumen menerima kerugian akibat barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan jual beli tiket konser melalui *E-Commerce* yang menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman dengan proses jual beli itu.

Pada Pasal 4 angka 2 UUPK menjelaskan mengenai hak untuk memilih barang dan/atau jasa, serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi, serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen menerima kerugian akibat pelaku usaha yang menyerahkan barang tidak sesuai. Sebelumnya konsumen menjelaskan kalau tiket konser yang mau dibelinya dari pelaku usaha itu asli akan langsung ditransfer olehnya dan sempat curiga akan tiket konser yang diterima seperti palsu tetapi korban menyimpan kecurigannya karena ingin segera melihat konser.

Hal terpenting dalam jual beli merupakan hak atas informasi karena dapat menghindarkan konsumen dari kerugian atas ketidaksesuaian manfaat produk yang diberikan oleh pelaku usaha yang berdampak ketidakbutuhan manfaat barang yang tidak diminta konsumen dengan kondisi tiket konser yang tidak bisa digunakan untuk memasuki gate konser.

Pada pasal 4 huruf h UUPK menjelaskan mengenai hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila menerima kerugian. Kerugian yang diterima konsumen akibat pelaku usaha tidak memberikan tiket konser sesuai dengan kesepakatan yang seharusnya menurut pasal 4 huruf h UUPK pelaku usaha

melakukan ganti rugi atau kompensasi, tetapi tidak memberikan ganti rugi atau kompensasi kepada konsumen.

Pada Pasal 16 UUPK sudah diatur mengenai larangan pelaku usaha dalam menawarkan barang/atau jasa melalui pesanan. Berdasarkan Pasal 16 UUPK larangan pelaku usaha dalam menawarkan barang/jasa yaitu:

1. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
2. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pada Pasal 16 huruf a UUPK menjelaskan larangan pelaku usaha tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan. Berdasarkan praktiknya pelaku usaha melanggar larangan dengan memberikan tiket konser palsu sehingga konsumen tidak bisa menggunakan tiket itu untuk memasuki pintu konser.

Pada Pasal 16 huruf b UUPK menjelaskan larangan pelaku usaha untuk tidak menepati janji atas suatu prestasi. Berdasarkan praktiknya pelaku usaha melanggar larangan dengan mengingkari prestasi kepada konsumen dengan memberikan barang yang diperjual belikan kepada konsumen tidak sesuai dengan kesepakatan awal dan memberikan konsumen kerugian atas tindakan pelaku usaha.

Pasal 24 UUPK menyatakan tanggung jawab pelaku usaha wajib dijalankan apabila konsumen mengalami kerugian akibat pelaku usaha tersebut. Sehingga pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan jaminan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Apabila pelaku usaha tidak memenuhi standar yang diatur oleh perundang-undangan dalam memberikan

jaminan atas barang atau jasa, maka pelaku usaha dianggap lalai. Oleh karena itu, konsumen berhak meminta ganti rugi kepada pelaku usaha untuk mengatasi kerugian yang timbul akibat kelalaian tersebut.

Dari kasus tidak terpenuhinya hak atas konsumen, pelaku usaha telah mengabaikan kewajiban dan larangan serta mengabaikan hak konsumen maka pelaku usaha wajib melakukan tanggung jawab berupa membayar ganti kerugian serta kompensasi kepada konsumen yang telah mengalami kerugian.

Pada Pasal 19 UUPK sudah diatur mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 19 Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha sebagai berikut:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pada pasal 19 ayat (1) menjelaskan bahwa pelaku usaha harus memberikan ganti rugi kepada konsumen karena telah menyebabkan kerugian kepada konsumen dengan memberikan barang yang diperjual belikan tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan dan konsumen sudah membayar sesuai dengan harga barang yang diperjual belikan dan pada praktiknya pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi kepada konsumen.

Pada pasal 19 ayat (2) menjelaskan bahwa bentuk ganti rugi yang dapat diberikan kepada konsumen dari pelaku usaha adalah pengembalian uang atau penggantian barang yang sesuai dengan kerugian yang didapat oleh konsumen. Berdasarkan kasus ini bentuk ganti rugi yang dapat diberikan yaitu pengembalian uang sesuai dengan kerugian korban atau diberi pergantian tiket konser sesuai dengan yang disepakati agar bisa digunakan untuk memasuki gate konser.

Proses ganti rugi menurut Pasal 19 ayat (3) yang berisi Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha diberi tenggat waktu 7 (tujuh) hari. Pelaku

usaha dalam praktiknya tidak memberikan ganti rugi dalam tenggat waktu tersebut.

Apabila pelaku usaha menolak dan tidak memberi tanggung jawab atas ganti rugi sesuai Pasal 23 UUPK yang berisi pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Dalam kasus ini Badan Penyelesaian Sengketa yang selanjutnya disebut BPSK dapat mengugat pelaku usaha pada peradilan pada kedudukan konsumen.

Apabila pelaku usaha menolak dan tidak memberi pertanggung jawaban atas ganti rugi maka mendapatkan sanksi. Pelaku usaha dapat dikenakan Pasal 60 UUPK yang berisi sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi sebesar kerugian yang didapat korban atau paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Berdasarkan praktiknya pelaku usaha menolak dan tidak memberi pertanggung jawaban atas ganti rugi kepada Nurika. Dimana pelaku usaha memberi informasi dan barang yang dia jual tidak sesuai dengan apa yang disepakati. Akibat yang timbul dengan adanya informasi yang tidak jujur dari pelaku usaha menyebabkan konsumen harus merelakan tiket dan tidak bisa dipakai untuk memasuki gate konser.

Pada Pasal 28 UU ITE menegaskan bahwa penyebaran berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik. Apabila pelaku usaha memberikan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000. 000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pelaku usaha dalam praktiknya memberikan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik yang mengakibatkan konsumen harus merelakan tiket konser itu dan tidak bisa masuk ke pintu konser yang dikarenakan tiket tersebut merupakan tiket palsu. Maka menurut Pasal 28 ayat (1) pelaku usaha dapat dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1.000. 000.000,00 (satu miliar rupiah).

Perlindungan hukum konsumen dalam jual beli menurut ajaran Islam tercermin dalam prinsip-prinsip syariah. Meskipun tidak ada ayat Al-Quran yang secara khusus menyebutkan "perlindungan konsumen," prinsip-prinsip Islam yang bersifat umum memberikan pedoman etika dalam setiap transaksi, termasuk jual beli. Berikut adalah beberapa prinsip yang terkait, disertai dengan ayat-ayat Al-Quran yang mendukung:

"Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kalian pribadi-pribadi yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah, sekalipun terhadap diri sendiri, orang tua, atau kaum kerabat." (An-Nisa: 135).

Lampiran :

Wawancara dengan korban tiket konser

Nama	Keterangan
Peneliti	Bisa tolong dijelaskan kejadian jual beli tiket konser yang anda lakukan?
Narasumber	Waktu itu aku mau beli tiket konser blackpink tapi aku engga kebagian tiket konser. Aku engga sengaja waktu buka Instagram ngeliat ada yang jual tiket konser dan aku langsung pc temenku buat ngasih tau kalo ada yang jual tiket konser kemarin. Setelah dm penjual aku langsung membeli 2 sama temenku dan dan si penjual ini bilang kalau tiket itu asli dan dia dapet dari war tiket kemarin tapi dia milih buat dijual lagi biar untung sedikit. Terus buat transaksinya dia mau cod aja biar nanti bisa dicek dulu tiketnya. Terus aku iyain aja kalo kayak gitu aku bisa lebih tenang kan. Waktu pas udah hari h aku sama temenku berangkat ke Stadion Gelora Bung Karno buat langsung ambil tiket dari orang itu terusan nonton konsernya. pas udah sampe disana aku langsung dm dia buat bayar tiket itu dan sekalian ambil tiketnya.

	Aku sama temenku nyemperin penjual di dekat gate konser terus bayar ke penjual. Aku sempet curiga sama tiket itu tapi aku mendem sendiri soalnya aku udah pengen banget nonton blackpink. aku sama temenku langsung mau masuk kedalam tapi pas cek tiket di gerbang engga bisa terverifikasi ternyata tiketnya palsu. Aku langsung lemes kalo ternyata tiket itu palsu dan aku bingung banget waktu itu. aku mikir kalo besok mau laporin ke polisi aja. ⁸²
Peneliti	Setelah kejadian tersebut apakah anda sudah ada Tindakan yang anda lakukan
Narasumber	Aku udah lapor ke polisi tapi dari polisinya belum ada hasil
Peneliti	Apakah anda menegetahui upaya hukum litigasi?
Narasumber	Aku gak tau soalnya setahu aku Cuma dilaporin aja di polisi

B. Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Masyarakat Terhadap Calo yang Melakukan Prestasi Melalui *E-Commerce*

Pesatnya perkembangan yang terjadi pada era ini, menyebabkan konsumen mendapatkan celah kelemahan karena kemajuan teknologi yang terus meningkat dalam bidang pemasaran maupun jasa menghasilkan ketidakjelasan bagi konsumen dalam membuat keputusan. Hal tersebut mengakibatkan penurunan

⁸² Wawancara dengan Narasumber lewat Instagram, 11 Februari 2024 pukul 11.30 WIB

kekuatan konsumen dan akhirnya pelaku bisnis mengambil keuntungan dari situasi tersebut secara tidak adil.⁸³

Upaya hukum adalah sebuah bentuk perlindungan terhadap seseorang yang diberikan undang-undang bagi seseorang tersebut yang tidak mendapatkan keadilan atau merasa dirugikan. Upaya hukum sendiri dibagi menjadi dua yaitu upaya hukum biasa dan upaya hukum luar biasa. Upaya hukum terdiri dari upaya perlawanan, banding, kasasi.

Sebelum terjadi litigasi atau proses hukum, konsumen dapat mengambil langkah-langkah preventif dan penyelesaian non-litigasi untuk mengatasi dampak negatif akibat praktik calo tiket. Pertama, konsumen sebaiknya melakukan riset menyeluruh sebelum membeli tiket, memastikan bahwa mereka berurusan dengan platform atau agen penjualan tiket yang sah dan terpercaya. Selain itu, menyimpan bukti transaksi dan mengikuti prosedur pengembalian uang dari pihak penyelenggara acara atau platform resmi dapat menjadi cara efektif untuk menyelesaikan masalah tanpa melibatkan proses hukum.

Sesudah kejadian, konsumen dapat mencoba menyelesaikan sengketa dengan pihak terkait melalui negosiasi atau mediasi sebagai alternatif dari litigasi formal. Melaporkan insiden kepada pihak berwenang, seperti penyelenggara acara atau otoritas penegak hukum, juga dapat menjadi langkah yang dapat diambil. Jika upaya non-litigasi tidak menghasilkan solusi yang memuaskan, konsumen

⁸³ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, Ctk. Kedua, PT. Panta Rei, Jakarta, 2005. Hlm. 14.

memiliki opsi untuk mempertimbangkan litigasi sebagai langkah terakhir. Pemilihan pengacara yang ahli dalam hukum konsumen dan memahami peraturan perlindungan konsumen dapat membantu konsumen mencapai keadilan dan mendapatkan kompensasi atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh calo tiket.

Proses penyelesaian sengketa tersebut sudah diatur dalam Pasal 45 UUPK yang berisi:

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

konsumen dalam melaksanakan upaya penyelesaian dapat melalui dua cara. Kedua cara tersebut yaitu di dalam pengadilan (litigasi) dan di luar pengadilan (non litigasi).

1. Upaya Penyelesaian di Luar Pengadilan

Upaya konsumen menurut Pasal 45 ayat 1 yang berisi setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Konsumen dapat menempuh penyelesaian sengketa melalui Lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa melalui BPSK dan peradilan dimana tempat tinggal konsumen itu.

Menimbang Pasal 45 UUPK ayat (3) yang berisi Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Dalam pasal ini konsumen masih dapat melakukan penyelesaian sengketa secara damai. Penyelesaian dilakukan dilakukan dengan persetujuan kepada kedua belah pihak mengenai ganti rugi kepada konsumen. penyelesaian ini dilakukan di luar pengadilan dan tentunya tidak melalui Badan Penyelesaian Sengketa.

Konsumen dapat menyelesaikan upaya sengketa non litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara mediasi, arbitrase dan konsiliasi. Dalam Pasal 47 UUPK berbunyi penyelesaian

sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. proses ini bertujuan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi yang menyebabkan kerugian pada konsumen. Pasal 52 UUPK menjelaskan tugas dan wewenang BPSK untuk melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen.

Proses penyelesaian diluar pengadilan juga terdapat mediasi. Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa dengan cara alternatif. Menurut Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi Di Pengadilan bahwa mediasi merupakan salah satu proses penyelesaian sengketa yang lebih cepat dan murah, serta dapat memberikan akses yang lebih besar kepada para pihak menemukan penyelesaian yang memuaskan dan memenuhi rasa keadilan. Konsumen dalam kasus ini bisa menggunakan cara mediasi untuk menemukan penyelesaian yang memuaskan dan memenuhi rasa keadilan.⁸⁴

Mediasi yang dilakukan konsumen dan pelaku usaha bisa dilakukan melalui 3 tahap berdasarkan berdasarkan Surat Edaran Direktorat

⁸⁴ Rika Lestari, *Jurnal Ilmu Hukum Volume 3 nomor 2*, “Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi Di Pengadilan dan Di Luar Pengadilan”, hlm 223

Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 40/PDN/02/2010 Tahun 2010

yaitu:⁸⁵

1. Tahap pra mediasi
2. Mediasi
3. Penanganan tindak lanjut

Konsumen dalam kasus ini bisa menggunakan cara mediasi dengan tiga tahap itu untuk menemukan penyelesaian yang memuaskan dan memenuhi rasa keadilan.

2. Upaya Penyelesaian di Pengadilan

Meninjau Pasal 48 UUPK dinyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan negeri yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45 UUPK.

Proses penyelesaian di dalam pengadilan juga terdapat mediasi. Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa dengan cara alternatif. Menurut Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi Di Pengadilan

Meninjau proses penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi, konsumen dapat mengajukan gugatan pada peradilan negeri sesuai

⁸⁵ Ni Putu Candra Dewi, “Pelaksanaan Mediasi Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Sebagai Wujud Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum Universitas Udayana*, hlm 3

domisili konsumen. Gugatan tersebut berdasarkan yang terjadi dengan pelaku usaha yaitu berupa Perbuatan Melawan Hukum yang merugikan konsumen. Berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara menyebutkan Perbuatan Melawan Hukum didefinisikan sebagai tindakan yang merugikan orang lain dan mengharuskan pelaku yang bertanggung jawab atas kerugian tersebut untuk menggantinya. Pelaku usaha melakukan Perbuatan Melawan Hukum dengan melakukan pemberian barang atau produk kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan jual beli tiket konser melalui *E-Commerce* yang menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman dengan proses jual beli itu.

Selain mediasi terjadi di luar pengadilan, mediasi juga dapat dilakukan di pengadilan. Dalam mendukung pelaksanaan mediasi di pengadilan menurut Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Prosedur Mediasi Di Pengadilan pasal 12 angka 1 dijelaskan bahwa Mahkamah Agung menetapkan tata kelola yang bertujuan untuk memastikan implementasi mediasi di pengadilan berlangsung dengan baik, efisien, dan sesuai dengan standar yang ditetapkan untuk mencapai penyelesaian sengketa yang adil dan berkelanjutan. Dengan adanya tata kelola mediasi di pengadilan dapat memberi keadilan dan keberlanjutan penyelesaian sengketa, sekaligus memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan dan hak konsumen.

Pelaku usaha juga melakukan pelanggaran unsur-unsur Perbuatan Melawan Hukum terdiri dari:

1. Perbuatan Melawan Hukum

Penelitian yang dikaji penulis, pelaku usaha tidak memberikan hak informasi mengenai produk atau barang yang diberikan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh pelaku usaha dalam melaksanakan jual beli tiket konser melalui *E-Commerce* yang menyebabkan konsumen merasa tidak nyaman dengan proses jual beli itu. Kerugian

Akibat yang timbul dengan adanya informasi yang tidak jujur dari pelaku usaha menyebabkan konsumen harus merelakan tiket dan tidak bisa dipakai untuk memasuki gate konser.

2. Kesalahan

Pelaku usaha melakukan kesalahan dengan melanggar kesepakatan terhadap jual beli. Kesepakatan yang dilakukan konsumen dan pelaku usaha yaitu jual beli tiket konser. Kesalahan yang dilakukan pelaku usaha memberi informasi dan barang yang dia jual tidak sesuai dengan apa yang disepakati. Akibat yang timbul dengan adanya informasi yang tidak jujur dari pelaku usaha menyebabkan pelaku usaha harus merelakan tiket itu dan tidak bisa dipakai untuk memasuki gate konser.

3. Hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum tersebut dengan kerugian.

Pelaku usaha melakukan perbuatan yang melanggar Pasal 7 huruf a UUPK mengenai beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, Pasal 7 huruf b mengenai kewajiban pelaku usaha tentang memberikan hak informasi yang benar dan jelas, Pasal 7 huruf d UUPK mengenai menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku, Pasal 7 huruf g UUPK mengenai kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Konsumen dalam praktiknya belum melakukan upaya hukum melalui luar pengadilan atau non litigasi dan pengadilan atau litigasi. Dalam upaya hukum terhadap calo melalui *E-Commerce*, prestasi menjadi unsur penting dalam menegakkan hak konsumen. Dalam konteks upaya hukum terhadap calo melalui *E-Commerce*, prestasi yang dilakukan oleh calo tersebut dapat menimbulkan permasalahan serius bagi konsumen. Pesatnya perkembangan teknologi dalam pemasaran dan jasa membuka celah bagi praktik calo, yang pada akhirnya merugikan konsumen dan menurunkan kekuatan konsumen dalam membuat

keputusan. Upaya hukum menjadi solusi untuk melindungi konsumen yang merasa dirugikan oleh praktik calo tiket.

Adapun wanprestasi yang dilakukan oleh calo mencakup pelanggaran terhadap berbagai undang-undang perlindungan konsumen, seperti pelanggaran terhadap Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menetapkan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada konsumen. Selain itu, calo juga dapat terlibat dalam perbuatan melawan hukum, seperti memberikan barang atau produk yang tidak sesuai dengan janji yang diberikan kepada konsumen, yang dapat digugat berdasarkan Pasal 1365 KUHPerduta.

Dalam menghadapi wanprestasi calo, konsumen dapat mengambil upaya hukum, baik melalui jalur non-litigasi maupun litigasi. Upaya preventif seperti riset menyeluruh sebelum membeli tiket dan penyelesaian non-litigasi, seperti mediasi, dapat menjadi langkah-langkah awal yang efektif. Namun, jika upaya non-litigasi tidak memuaskan, konsumen memiliki opsi untuk mempertimbangkan litigasi sebagai langkah terakhir, di mana pengacara yang memahami hukum konsumen dapat membantu mencapai keadilan dan mendapatkan kompensasi atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh praktik calo tiket.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Hak konsumen sudah melekat ketika konsumen sudah melakukan kewajibannya. Dalam praktiknya pelaku usaha telah melanggar Pasal 1321 KUHPerdara, Pasal 7 UUPK, Pasal 4 UUPK, Pasal 16 UUPK, Pasal 16 UUPK, Pasal 24 UUPK, dan Pasal 28 angka 1 UUIITE. Dengan demikian konsumen dapat menggugat pelaku usaha untuk mendapatkan keadilan.
2. Sebelum terjadi litigasi atau proses hukum, konsumen dapat mengambil langkah-langkah preventif dan penyelesaian non-litigasi untuk mengatasi dampak negatif akibat praktik calo tiket. Pertama, konsumen sebaiknya melakukan riset menyeluruh sebelum membeli tiket. Sesudah kejadian, konsumen dapat mencoba menyelesaikan sengketa dengan pihak terkait melalui negosiasi atau mediasi sebagai alternatif dari litigasi formal. Konsumen dapat menyelesaikan upaya sengketa non litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan cara mediasi, arbitrase dan konsiliasi. Proses penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi, konsumen dapat mengajukan gugatan pada peradilan negeri sesuai domisili konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan dari kesimpulan tersebut maka ada beberapa saran dari penulis:

1. Perlu adanya edukasi yang dilakukan secara berkala oleh pemerintah terhadap konsumen, agar pengetahuan konsumen mengenai haknya, mengenai bagaimana jika konsumen ditipu, tidak minim terhadap perlindungan.
2. Disarankan bagi konsumen perlu waspada terhadap praktik penipuan yang mungkin dilakukan oleh calo melalui *E-Commerce*. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memperkuat penegakan hukum untuk melindungi konsumen dari penipuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqih Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, Sinar Grafika Offset, Jakarta, 2010
- Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006
- Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2016
- Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010
- Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali-Pers, Jakarta, 2011
- Anonim, *Perjanjian Jual Beli*, FH UII Press, Yogyakarta, 2016
- AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995
- Celina Tri Kristiyawati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011
- Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2013
- Harjono, *Konstitusi sebagai Rumah Bangsa, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi*, 2008
- Janus Sibalodak, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, PT. CitraAdityaBakti, Bandung, 2014
- Jaribah bin Ahmad al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin al-Khatab, terjemahan As-muni Solihan Zamakhsyari*, Khalifa, Jakarta, 2008
- Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, UB PRESS, Malang, 2011
- N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*, Ctk. Kedua, PT. Panta Rei, Jakarta, 2005
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (edisi Revisi), Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

Philip Kotler, *Principles of Marketing, Prentice-Hall Inc*, Englewood Cliffs New Jersey, 1980

Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013

Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif*, Rajawali Press, Jakarta, 1998
Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 2005

Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Jakarta, 2011

Zulham, S.Hi, M.Hum, "*Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*", Kencana, Jakarta, 2013

Jurnal

Aan Handriani, *Jurnal Hukum* Vol. 3 No. 2 "Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online", November 2020

Amanda Maylaksita, *Skripsi* "Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone di Yogyakarta", Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia 2017

Angga Septiawan, Jafar Faris Alkhair, *Makalah tentang E-Commerce*, Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2016

Aprillia Revathatia Cahyalaguna, Sindi Nur Rahma Putri, *Jurnal UNS Vol 2 No. 1*, "Penegakan Hukum yang Berlandaskan Pancasila: Menegakkan Keadilan, Kemanusiaan, dan Demokrasi", Juni, 2023

Dedi Riswandi, *Jurnal Econetica Vol.1 No.1*, "Transaksi On-Line (E-Commerce: Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," Universitas Nahdlatul Ulama Nusa Tenggara Barat, Mei 2019

Elisa Siti Widyastuti, Tiya Rissa Kamila, dkk, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol. 1 No. 2*, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce: suatu Perspektif Hukum Islam", Agustus, 2022

Elisabeth Haryani, *Jurnal Hukum Adigama, Vol 4 No 2*, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser Dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Desember, 2021

- Laksamana Varelino Zeustan Hartono, Paramita Prananingtyas, *Jurnal NOTARIUS, Volume 16 Nomor 3, Aspek Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online.*
- Larasati Dhinarti, Firda Amalia, *Jurnal Convergence on Islamic Management Accounting and Economics Vol. 2, "E-Commerce dalam perspektif fiqh muamalat", 2019*
- M.Yusri, *Jurnal Fakultas Hukum IAIN Raniri Vol 7 No 1, "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam", 2011*
- Muhammad Luqman Fauzan, *Skripsi "Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Akun Game Online Mobile Legend, Yogyakarta", Universitas Islam Indonesia, 2020*
- Muhammad Firman Ahsan, *Skripsi "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Online", Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2021*
- Nurfajri, Heri Tahir, Firman Muin, *Jurnal Pemikiran Penelitian Hukum Tomalebbi Volume 6, "Tinjauan Hukum Transaksi Jual Beli Online Melalui Sosial Media", 2019*
- Novianto Languyu, *Jurnal Lex et Societatis, Vol. III No. 9, "Kedudukan Penjual dan Pembeli dalam Bisnis Jual Beli Online", Oktober, 2015*
- Ni Putu Candra Dewi, *Jurnal Hukum Universitas Udayana, "Pelaksanaan Mediasi Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Sebagai Wujud Perlindungan Konsumen"*
- Niru Anita Sinaga, Nunuk Sulisrudatin, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara – Fakultas Hukum Universitas Suryadarma Volume 5 No.2, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen", Maret 2015*
- Raka Dimas Majesta Ricky, Evelin J.R. Kawung, Shirley Y.V.I. Goni, *Jurnal Hukum Vol 1 No. 1 "Dampak Aplikasi Belanja Online (Online Shop) di Masa Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kelurahan Girian Weru Ii Kecamatan Girian Kota Bitung Provinsi Sulawesi Utara", Tahun 2021*
- Rika Lestari, *Jurnal Ilmu Hukum Volume 3 nomor 2 "Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi Di Pengadilan dan Di Luar Pengadilan"*
- Rika Mawarni, *Jurnal Hukum Progresif Volume X, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Transaksi E-Commerce Melalui Facebook", 2016*

Riris Nisantika, Ni Luh Putu Egi Santika Maharani, *Jurnal Locus Delicti Vol 2 No 1*, “Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”, April 2021

Sriayu Aritha Panggabean, Azriadi Tanjung, *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No 2*, “Jual Beli Online dalam Perspektif Hukum Islam dan Hukum Negara”, Juni 2022

Trivena Gabriela Miracle Tumbel, *Jurnal UNSRAT* “Perlindungan Konsumen Jual Beli Online dalam Era Digital 4.0”

Internet

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengawasan-jual-beli-online-i--ini-pihak-yang-terlibat-lt6154104e1a744> Erizka Permatasari, Pengawasan Jual Beli *Online*, Ini Pihak yang Terlibat, Diakses pada hari Jumat tanggal 20 Oktober 2023, pukul 18.33 WIB.

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/macam-macam-perjanjian-dan-syarat-sahnya-lt4c3d1e98bb1bc/>. Diakses pada hari Jumat tanggal 20 Oktober 2023, pukul 18.30 WIB.

<https://news.detik.com/berita/d-6616763/penipuan-calotiket-konser-blackpink-akun-mbajastip-dipolisikan/1>, diakses pada Jumat 17 Maret 2023, Pukul 14.35 WIB.

<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230517144603-227-950855/kick-avenue-buka-suara-usai-tiket-coldplay-dijual-rp50-juta-viral>, diakses pada Minggu 23 Juli 2023, Pukul 19.04 WIB.

Undang-undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik.

Lampiran



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kalisatragem 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uui.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 29/Perpus-S1/20/H/I/2024

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **M. Arief Satejo Kinady, A.Md.**
NIK : **001002450**
Jabatan : **Kepala Divisi Adm. Akademik Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ariq Rifqi Aziz
No Mahasiswa : 19410379
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET DARI
CALO MELALUI E-COMMERCE.**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Januari 2024 M
1 Rajab 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Membeli Tiket Dari Calo Melalui E-Commerce

by 19410379 Ariq Rifqi Aziz

Submission date: 13-Jan-2024 09:00AM (UTC+0700)

Submission ID: 2270234829

File name: sumen_Yang_Membeli_Tiket_Konser_Dari_Calo_Melalui_E-Commerce.pdf (903.48K)

Word count: 17649

Character count: 116146

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MEMBELI TIKET
DARI CALO MELALUI *E-COMMERCE***

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Ariq Rifqi Aziz

19410379

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

1

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Membeli Tiket Dari Calo Melalui E-Commerce

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

18%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1 Ermawati, Nadiyah Rahmani, Nurdin. "ANALISIS TRANSAKSI JUAL BELI ACCOUNT GAME ONLINE MOBILE LEGENDS MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mobile Legends Community Hero di Palu)", Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021
Publication 4%
- 2 repository.ub.ac.id
Internet Source 3%
- 3 Yuliani, Nur Amanah. "Kajian yuridis terhadap perjanjian antara developer dan pembeli rumah dalam persoalan kegagalan bangunan di kota Pemalang", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023
Publication 2%
- 4 Rini Sulistyowati. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggan Tv Berbayar Ditinjau Dari Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Berlangganan Melalui Satelit, Kabel 2%

Dan Terrestrial", JURNAL USM LAW REVIEW,
2019

Publication

-
- | | | |
|-------------|---|----|
| 5 | Hidayat, Ramadhani. "Kedudukan Hukum Perjanjian Pengikatan Jual Beli Hak Atas Tanah di Bawah Tangan Yang Telah di Waarmerking", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 | 1% |
| Publication | | |
| 6 | Elfirda Ade Putri. "Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online", Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ, 2023 | 1% |
| Publication | | |
| 7 | Trinas Dewi Hariyana. "Eksistensi Asas Iktikad Baik dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Internet dengan Sistem Pembayaran Cash on Delivery", UNISKA LAW REVIEW, 2021 | 1% |
| Publication | | |
| 8 | Eka Supriatiningsih. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK KONSUMEN DALAM INDUSTRI PERUMAHAN MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN", DE'RECHTSSTAAT, 2017 | 1% |
| Publication | | |
| 9 | Monalesya Dince Sapulette, Agustina Balik. "Dampak Covid-19 Bagi Para Pihak Dalam | 1% |

Perjanjian E-Commerce", TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum, 2023

Publication

-
- 10 Saputra Belassa, Theresia Louize Pesulima, Ronald Fadly Sopamena. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Produk Makanan Yang tidak Memenuhi Standar Mutu", KANJOLI Business Law Review, 2023

Publication

-
- 11 Anggara Dwi Setiawan, Habibi Habibi, I Gusti Ayu Aditi. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KERUGIAN USER DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE PADA MEDIA FACEBOOK STUDI DI KOTA MATARAM", Widya Kerta: Jurnal Hukum Agama Hindu, 2021

Publication

-
- 12 Juita, Subaidah Ratna. "Rekonstruksi Regulasi Sistem Pertanggungjawaban Pidana Pada Tindak Pidana Prostitusi Berbasis Nilai Keadilan Pancasila", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

-
- 13 Ika Atikah. "PENGATURAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (E-COMMERCE) DI ERA TEKNOLOGI", MUAMALATUNA, 2019

Publication

14 Otih Handayani, Esther Masri. "Perlindungan Konsumen Produk Skincare Pada Penjualan Secara Online", KRTHA BHAYANGKARA, 2023 1%

Publication

15 Aprilia Pitri NR, Umar Hasan, Ageng Triganda Sayuti. "Perlindungan Hak Reseller Online Shop Terkait Perbuatan Melawan Hukum Dengan Cara Pembatalan Sepihak Yang Dilakukan Oleh Konsumen", Zaaken: Journal of Civil and Business Law, 2022 1%

Publication

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On