

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PEMBELIAN TIKET

KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP DI MEDIA SOSIAL

SKRIPSI



Oleh :

IRENE AZIZAH

No Mahasiswa : 17410370

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PEMBELIAN TIKET
KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP DI MEDIA SOSIAL**

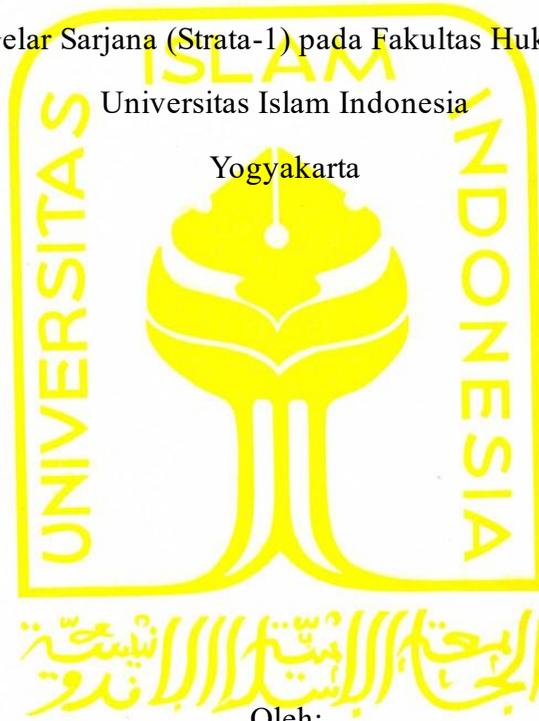
SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta



Oleh:

IRENE AZIZAH

No. Mahasiswa 17410370

PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP DI
MEDIA SOSIAL**

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan
ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendaran
pada tanggal 19 Juni 2024



Yogyakarta, 16 Maret 2024
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Nurjihad, Dr., S.H., M.H.



**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP DI
MEDIA SOSIAL**

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

Yogyakarta, 19 Juni 2024

Tim Penguji

1. Ketua : Nurjihad, Dr., S.H., M.H.
2. Anggota : Siti Hapsah Isfardiyana, S.H., M.H.
3. Anggota : Retno Wulansari, S.H., M.Hum.

Tanda Tangan

Mengetahui:
Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum
Dekan,



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

NIK. 014100109

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : **IRENE AZIZAH**

No. Mahasiswa : **17410370**

Adalah benar-benar mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul: **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP DI MEDIA SOSIAL**

Karya Tulis Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam ujian pendadaran yang akan diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri yang mana penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaedah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur “penjiplakan karya ilmiah (plagiat)”;
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya 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 dan Perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ini.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan pada butir no.1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat 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 atau terjadi pada karya ilmiah saya oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dalam kondisi sehat jasmani dan rohani dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 17 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



(IRENE AZIZAH)

NIM 17410370

v

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Irene Azizah
2. Tempat Lahir : Yogyakarta
3. Tanggal Lahir : 12 Desember 1998
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : B
6. Alamat Terakhir : Jl Kenanga No. 101, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta
7. Identitas Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Naflion
Pekerjaan Ayah : Wirausaha
 - b. Nama Ibu : Yelfa Yeni
Pekerjaan Ibu : Wirausaha
8. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Muhammadiyah Sokonandi
 - b. SMP : SMP Muhammadiyah 2 Yogyakarta
 - c. SMA : MAN 1 Yogyakarta
9. Hobi : Nonton Konser Musik, Edit Video

Yogyakarta, 17 Maret 2024



Irene Azizah

NIM. 17410370

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS Al-Insyirah 5-6)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

(Imam Syafi'i)

“Sebenarnya yang harus kita takuti bukanlah kegagalan tetapi hati yang tidak lagi berani mengambil resiko dan menerima tantangan.”

(G-DRAGON)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Allah SWT,

Rasulullah Muhammad SAW,

Orang Tua tersayang,

Teman-teman penulis,

Yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis

Serta kepada diriku sendiri yang telah berjuar menyelesaikan studi ini hingga

selesai.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji dan syukur kita panjatkan atas rahmat, karunia, dan hidayah yang telah dilimpahkan Allah yang Maha Pengasih dan Penyanyang, serta sholatwat dan salam yang selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia menuju kemenangan, sesungguhnya dialah utusan Allah SWT yang memerintahkan umatnya untuk selalu mencari ilmu.

Tugas Akhir berupa skripsi dengan judul “**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP DI MEDIA SOSIAL**” telah selesai disusun sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kesulitan dan rintangan yang pada akhirnya dapat dilalui oleh penulis dengan adanya bantuan dan dukungan serta arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin memberikan penghargaan dan menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT yang maha agung atas limpahan rahmat dan kasih sayangNya dalam berbagai aspek kehidupan kepada penulis.
2. Nabi Muhammad SAW yang memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan penulis.
3. Orang tua penulis, Bapak Nafliion dan Ibu Yelfa Yeni yang sudah memberikan perhatian, pengertian, waktu, dan dukungan yang tidak terbatas kepada penulis, serta selalu memanjatkan do'a.

4. Dr. Nurjihad, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menulis Tugas Akhir Skripsi.
5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, pandangan, arahan dan motivasi kepada penulis selama menjalani proses akademik.
6. Kepada keluarga besar penulis, Uni Coriata Yona Putri dan adik Nadhira Ferita Kusuma yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
7. Kepada Aldila, Fira, Nadira yang selalu menemani penulis selama masa perkuliahan dan membantu penulis serta memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Debby, Naba dan Lydia yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. Sahabat-sahabat penulis, Antin, Fathiya, Nina, Fahriza, Aninta dan Gina yang sudah bersedia menjadi sahabat, memberikan waktu untuk bertukar pikiran, berbagi pengalaman suka dan duka serta senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.
10. Kepada Crush dan Wave to Earth dengan lagu-lagunya yang selalu menemani penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. Kepada Monsta X, Ikon, Kim Hanbin dan Kwon Jiyong yang menjadi penyemangat dan sumber kebahagiaan dari penulis.
12. Semua pihak yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.

Hasil penelitian ini mengandung banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar penulis mendapatkan pemahaman yang lebih baik berkaitan dengan tugas akhir ini. Selain itu penulis berharap tugas akhir ini akan memberikan manfaat bagi banyak kalangan, serta dapat dijadikan rujukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum.

Penulis mengucapkan terima kasih dan memohon maaf kepada semua pihak yang telah direpotkan oleh penulis selama pengerjaan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan yang diberikan kepada penulis.

Wassalamu 'alaikum, Wr.Wb.

Yogyakarta, 17 Maret 2024



Irene Azizah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT ORISINALITAS.....	iv
CURRICULUM VITAE.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Orisinilitas Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Definisi Operasional	16
G. Metode Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN, PERJANJIAN JUAL BELI, MEDIA SOSIAL DAN JASA TITIP	23
A. Konsep Perlindungan Konsumen	23
1. Pengertian Perlindungan Hukum.....	23
2. Pengertian Konsumen.....	25
3. Pengertian Perlindungan Konsumen	28
4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	31
5. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha.....	34
6. Larangan-Larangan Bagi Pelaku Usaha.....	39
7. Tanggung Jawab Bagi Pelaku Usaha.....	43
B. Perjanjian Jual Beli Dalam KUHPerdara	45
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	45

2.	Syarat Sahnya Perjanjian.....	47
3.	Asas-Asas Perjanjian.....	49
4.	Jenis-Jenis Perjanjian Jual Beli	51
5.	Terjadinya Jual Beli	52
6.	Hak dan Kewajiban Para Pihak.....	53
7.	Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum.....	54
C.	Jual Beli Melalui Media Sosial	57
D.	Aspek Hukum Jasa Penitipan dan Prespektif Islam	59
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TIKET		
KONSER.....		64
K-POP MELALUI JASA TITIP.....		64
A.	Hubungan Hukum Antara Penyelenggara Konser dengan Penyedia Jasa Titip dan Konsumen dengan Penyedia Jasa Titip.....	64
B.	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Melakukan Jual Beli Tiket Konser K-POP Melalui Jasa Titip di Media Sosial.....	71
BAB IV PENUTUP.....		81
A.	Kesimpulan	81
B.	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....		84

ABSTRAK

Studi kasus ini bertujuan untuk menganalisis hubungan hukum antara konsumen, penyedia jasa titip tiket konser dan promotor konser serta perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian tiket konser K-POP melalui jasa titip. Rumusan masalah yang diajukan adalah bagaimana hubungan hukum antara pihak dalam pembelian tiket konser K-POP melalui jasa titip di media sosial? Dan bagaimana bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh konsumen dalam transaksi jual beli jasa titip tiket konser melalui media sosial yang tidak sesuai dengan kesepakatan? Jenis penelitian dalam studi ini adalah penelitian hukum yuridis normatif yang dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual dan pendekatan kasus. Teknik pengumpulan data dengan cara studi pustaka dan studi dokumen. Hasil dari studi ini penulis menyimpulkan bahwa hubungan hukum para pihak adalah konsumen, penyedia jasa titip tiket konser, promotor konser, bank dan media sosial. Hubungan antara konsumen dengan penyedia jasa titip adalah hubungan hukum pemberian kuasa, hubungan hukum penyedia jasa titip dengan promotor musik adalah hubungan jual beli, hubungan hukum antara konsumen dan penyedia jasa titip dengan bank adalah hubungan simpan pinjam, serta hubungan konsumen dan penyedia jasa titip adalah hubungan penggunaan jasa. Perlindungan hukum kepada konsumen dalam jual beli tiket konser K-POP melalui jasa titip yang tidak sesuai dengan kesepakatan, akibatnya konsumen mengalami kerugian materiil dan immateriil. Oleh karena itu konsumen membutuhkan perlindungan agar haknya dapat terpenuhi sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Jual Beli, Jasa Titip, Media Sosial

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini di berbagai negara khususnya di negara-negara Asia sudah tidak asing dengan budaya Korea Selatan yang biasa dikenal dengan *Korean Wave* atau *Hallyu* atau Gelombang Korea yang telah menyebar secara global, termasuk Indonesia. Korean Wave adalah istilah yang diberikan untuk menggambarkan penyebaran budaya Korea yang terkenal melalui produk-produk hiburan yang meliputi drama, lagu dan fashion.¹ Ada berbagai macam industri hiburan dari Korea Selatan, salah satunya yang sangat populer saat ini adalah jenis musik Korean Pop atau yang lebih dikenal dengan K-POP. Penggemar jenis musik K-POP akhir ini sedang banyak diminati anak muda di Indonesia.

Meningkatnya popularitas K-POP di dunia, banyak sejumlah pengusaha di Indonesia yang kemudian memanfaatkannya untuk membuka ladang bisnis yaitu jual beli barang-barang K-POP seperti album musik, *lightstick*, *photocard*, tiket konser dan lain-lain melalui media *online*. Salah satu contoh jual beli barang K-POP melalui media *online* adalah jasa titip. Jasa titip ini merupakan bisnis yang awalnya biasa dilakukan oleh seseorang yang sedang *traveling*, baik di dalam negeri maupun luar negeri, yang kemudian seseorang tersebut membuka jasa

¹ Wirna Milda Alam, "The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation", *Journal of Indonesian Culture and Beliefs*, Vol. 2 No. 1, 2023, hlm. 3.

pembelian barang-barang yang diinginkan oleh orang lain, dalam artian konsumen.² Kedudukan seorang jasa titip ini sebagai perantara antara pedagang dan pembeli, dimana pelaku jasa titip ini membelikan barang sesuai dengan pesanan atas jasa tersebut.³ Semakin berkembangnya waktu macam-macam jasa titip semakin beragam, awalnya jasa titip banyak dilakukan oleh orang untuk membeli barang-barang yang ada di luar negeri maupun dalam negeri tetapi yang sedang ramai dibutuhkan konsumen saat ini salah satunya adalah tiket konser. Karena popularitas musik K-POP di Indonesia saat ini sangat banyak peminatnya jadi banyak artis K-POP yang datang untuk menggelar konser di Indonesia, sehingga menjadi peluang bisnis untuk membuka usaha jasa titip tiket konser.

Jasa titip tiket konser adalah sebuah layanan informal atau tidak resmi dari penyelenggara atau promotor konser yang diberikan oleh pelaku usaha untuk konsumen dalam mendapatkan tiket konser yang sesuai dengan keinginan konsumen.⁴ Jasa titip tiket konser sebagian besar dilakukan melalui media sosial seperti Twitter, Instagram dan WhatsApp dengan harga yang berbeda dari harga penjualan asli dan lebih mahal karena di tambah dengan *fee* atau biaya tambahan untuk jasa mendapatkan tiket. Jasa titip tiket konser bermunculan karena banyaknya jumlah fans K-POP di Indonesia yang mengakses *website* penyedia tiket konser untuk mendapatkan tiket konser atau biasa disebut dengan ‘*war* tiket’, sehingga *website* penyedia penjualan tiket konser tersebut sering terjadi error.

² Dwi Arifin dan M. Ernanda, Liku-Liku Bisnis Jasa Titip, terdapat dalam Liku-liku Bisnis Jasa Titip | SWA.co.id. Diakses tanggal 28 Juni 2023 .

³ Indira Putri Mahesti, “Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online”, *Jurnal Kertha Negara*, Vol. 7., No. 10, 2019., hlm. 3.

⁴ Indira Putri Mahesti, *Op. Cit*, hlm. 1.

Karena hal tersebut membuat mereka takut gagal mendapatkan tiket dan gagal untuk bertemu dengan idola mereka. Maka dari itu beberapa fans K-POP untuk menghindari *war* tiket dan demi bertemu dengan idolanya mereka akhirnya beralih ke jasa titip tiket konser.

Mekanisme praktik jasa titip tiket konser sebagian besar dilakukan melalui media sosial seperti Twitter, Instagram dan Whatsapp. Penjual atau pelaku usaha jasa titip tiket konser K-POP terlebih dahulu akan menawarkan melalui akun media sosial dengan cara *open slot* terlebih dahulu. Apabila pembeli atau konsumen tertarik, dapat menghubungi penjual untuk *booking slot* terlebih dahulu ke penyedia jasa titip tiket konser. Setelah *booking slot* konsumen mengisi form pemesanan, setelah mengisi form konsumen akan diundang ke *group* Whatsapp dan membayar harga tiket konser dan di tambah dengan *fee* jasa titip. Setiap penyedia jasa titip tiket konser biasanya mengenakan *fee* jasa titip berbeda-beda, biasanya *fee* jasa titip dimulai dari harga 200-700 ribu rupiah. Sebelum konsumen melakukan booking slot, penyedia jasa titip tiket konser mempunyai kesepakatan yang harus di setujui oleh kedua belah pihak, yaitu setelah penyedia jasa titip tiket konser berhasil mendapatkan tiket, penyedia jasa titip konser tidak mengirimkan e-voucher, konsumen akan langsung mendapatkan tiket fisik. Apabila penyedia jasa titip tiket konser tidak berhasil mendapatkan tiket maka uang konsumen akan di *refund* atau dikembalikan, ada penyedia jasa titip tiket konser akan *refund* dengan harga sepenuhnya yang telah di transfer konsumen dan ada juga yang tidak

di *refund* sepenuhnya karena di potong jasa *war* tiket.⁵ Setelah *booking slot* maka kedua belah sudah setuju dengan kesepakatan tersebut.

Dalam hal ini pembelian tiket konser lewat jasa titip sudah termasuk adanya perjanjian jual beli karena adanya perjanjian antara kedua belah pihak yang sepakat dimana dapat menimbulkan suatu hubungan hukum. Perjanjian juga sudah menjadi Undang-Undang atau hukum yang mengikat para pihak yang sudah melakukan kesepakatan jual beli lewat jasa titip tersebut.⁶

Ketika konsumen telah memutuskan untuk membeli suatu produk/jasa maka akan menimbulkan hubungan dengan pelaku usaha. Hubungan yang timbul antara pelaku usaha dengan konsumen maka akan disebut hubungan jual beli. Hubungan jual beli merupakan hubungan yang dimana pihak satu yaitu pelaku usaha yang menjual barang/jasa terhadap pihak lainnya yang kemudian disebut sebagai konsumen yang akan membeli barang/jasa yang diperdagangkan, sehingga mencapai sebuah kesepakatan.⁷ Dalam Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) bahwa jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.⁸

Kesepakatan yang dilakukan pelaku usaha dengan konsumen akan melahirkan hak dan kewajiban yang mengikat. Pelaku usaha wajib memberikan

⁵ @tiketXid, "General Rules Jasa Titip Di TiketX", Twitter.com, 24 Juli 2023, terdapat dalam <https://x.com/tiketXid/status/1683162338172747776?s=20>, diakses pada tanggal 17 Maret 2024.

⁶ I Gst. Agung Rio Diputra, "Pelaksanaan Perancangan Kontrak Dalam Pembuatan Struktur Kontrak Bisnis", *Jurnal Acta Comitatus*, Vol. 3 No. 3, 2018, hlm 552.

⁷ Elisabeth Haryani, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menikmati Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser Dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum Adigama*, Vol. 4 No. 2, 2021, hlm. 1159.

⁸ Lihat Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

atau menyerahkan suatu barang produk/jasa dan berhak untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli dan pembeli juga berhak untuk menerima produk/jasa dan berkewajiban melakukan pembayaran terhadap penjual.⁹ Perjanjian dapat disebut dengan persetujuan, karena kedua belah pihak yang melakukan perjanjian setuju untuk melakukannya.¹⁰ Dapat dilihat ketika konsumen telah melakukan transaksi terhadap pelaku usaha jasa titip tiket konser maka pelaku usaha akan memberikan jasa yang telah diperjanjikan sebelumnya.

Dalam melakukan hubungan jual beli tidak selalu berjalan dengan baik, permasalahan-permasalahan tersebut dapat terjadi karena adanya salah satu pihak yang tidak menjalankan perbuatan yang telah diperjanjikan sebelumnya. Permasalahan-permasalahan yang sering terjadi dalam dunia perdagangan media sosial, tidak hanya terjadi pada barang yang berupa produk tetapi juga dapat terjadi dalam penggunaan jasa yang tidak memenuhi kewajibannya terhadap konsumen. Sebagai contoh, dalam praktiknya jual beli tiket konser K-POP melalui jasa titip ini sering terjadi kasus dimana pada hari pelaksanaan konser konsumen tidak mendapatkan tiket konser secara fisik dan tidak ada kabar dari penyedia jasa titip tiket konser. Akibat permasalahan tersebut, maka penggemar K-POP mengalami kerugian yang seharusnya tidak dirasakan, mengingat harga tiket konser tidak murah dan mereka juga gagal bertemu dengan idola mereka.

Dalam hal ini, transaksi yang dilakukan dalam jasa titip tiket konser di media sosial merupakan transaksi elektronik yang dapat dipertanggung jawabkan.

⁹ Roswita Sitompul, *Hukum Perdata Indonesia*, Pustaka Bangsa Press, Medan, 2006, hlm. 87.

¹⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 2005, hlm. 2.

Sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya.¹¹ Dalam transaksi jual beli *online* berupa jasa titip tiket konser memiliki kontrak elektronik, dimana transaksi jual beli mulai dilakukan melalui media elektronik atau *online*.

Permasalahan-permasalahan yang sering terjadi dalam jual beli yang dilakukan melalui jasa titip tiket konser di media sosial saat ini yaitu dalam penggunaan jasa yang tidak memenuhi kewajibannya terhadap konsumen. Akibat permasalahan tersebut, maka konsumen mengalami kerugian yang seharusnya tidak dirasakan oleh konsumen. Dalam hal ini konsumen berada pada posisi yang lemah dan memerlukan suatu perlindungan yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan terhadap konsumen bertujuan agar konsumen mendapatkan kepastian hukum, keamanan, kenyamanan dalam menggunakan barang/jasa yang dijual.

Meskipun telah diterbitkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang telah mengatur hak yang diperoleh oleh konsumen, namun dalam pelaksanaannya dalam masyarakat masih terdapat pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang merugikan konsumen.

¹¹ Lihat Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Terjadinya pelanggaran hak dan kewajiban tersebut mengakibatkan kerugian terhadap penggemar K-POP sebagai konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Tiket Konser K-POP Melalui Jasa Titip Di Media Sosial”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan hukum antara pihak dalam pembelian tiket konser K-pop melalui jasa titip di media sosial?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh konsumen dalam transaksi jual beli jasa titip tiket konser melalui media sosial yang tidak sesuai dengan kesepakatan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan hukum antara konsumen, penyedia jasa titip tiket konser dan penyelenggara konser.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh konsumen dalam transaksi jual beli jasa titip tiket konser melalui media sosial yang tidak sesuai dengan kesepakatan.

D. Orisinilitas Penelitian

Untuk menghindari plagiarisme terhadap penelitian ini, maka penulis telah menelusuri berbagai macam karya tulis mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen. Sampai saat ini penulis belum menemukan karya tulis dengan masalah yang sama dengan penelitian penulis lakukan. Penulis hanya menemukan karya tulis dengan tema yang sama yaitu terkait dengan perlindungan konsumen dalam praktik jasa titip. Oleh karena itu, penulis memaparkan penelitian yang dimaksud dibawah ini sebagai berikut:

No.	Penelitian Sebelumnya	Penelitian Saat Ini
1.	Nadira Putri Pinasthika, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2021, dengan judul penelitian “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khususnya Di Kalangan Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Indonesia Dalam Pembelian Barang-Barang K-Pop Melalui Jasa Titip”. Hasil penelitian ini adalah konsumen berhak mendapatkan	Penelitian yang dilakukan penulis berbeda dengan penelitian tersebut, karena objek dari penelitian yang dilakukan oleh penulis sebelumnya adalah tanggung jawab pelaku jasa titip terhadap konsumen yang mengalami kerugian, sedangkan objek penelitian penulis saat ini adalah hubungan hukum antara pihak.

	<p>perlindungan hukum agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi bagi konsumen yang mengalami kerugian secara materiil dan immaterial dalam pembelian barang K-POP melalui jasa titip.¹²</p>	
2.	<p>Amisah, Fakultas Hukum Universitas Tarumanegara Indonesia, 2023, dengan judul penelitian “Tinjauan Yuridis Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Korban Penipuan Tiket Konser”. Hasil penelitian ini adalah perlu ada keseimbangan dalam perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum untuk</p>	<p>Penelitian yang dilakukan penulis berbeda dengan penelitian tersebut, karena penyelesaian dalam penelitian sebelumnya yaitu hukum pidana apabila terjadi sengketa dalam pembelian tiket konser melalui jasa titip, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu hukum perdata dalam perjanjian jual beli terhadap jasa titip.</p>

¹² Nadira Putri Pinasthika, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khususnya Di Kalangan Penggemar Korean Pop (K-POP) Di Indonesia Dalam Pembelian Barang-Barang K-POP Melalui Jasa Titip*” (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021)

	<p>memastikan pemenuhan terhadap hal-haknya, dalam hal ini berhak mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan perjanjian. Untuk penyelesaian sengketa perlindungan konsumen, konsumen dapat mengajukan tuntutan ke pengadilan umum.¹³</p>	
3.	<p>Cholqi Choirunnisa, Fakultas Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2023, dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Produk Pembelian Jasa Titi (Jastip) Berupa Tiket Konser Melalui Media Twitter Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam”. Hasil penelitian ini adalah dalam hukum Islam penipuan bukanlah termasuk</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh penulis tersebut berbeda dengan yang dilakukan penulis saat ini, penelitian tersebut menganalisis hukum islam dalam praktik jasa titip tiket konser yang berkaitan dengan ta'zir, sedangkan penelitian penulis lebih fokus kepada perlindungan hukum bagi penggemar K-POP dalam pembelian tiket K-POP melalui jasa titip.</p>

¹³ Amisah, Skripsi: “*Tinjauan Yuridis Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Korban Penipuan Tiket Konser*” (Jakarta: Universitas Tarumanegara Indonesia, 2023)

	<p>dalam kategori jarimah hudud ataupun qisas tetapi ta'zir, karena perbuatan atau hukumannya tidak ditentukan dalam nash.¹⁴</p>	
--	---	--

E. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Dalam bahasa Inggris pengertian perlindungan hukum adalah *protection*. Sedangkan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) perlindungan merupakan tempat berlindung.¹⁵ Menurut M. Hadjon, bahwa perlindungan hukum merupakan kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.¹⁶

Menurut Satjipto perlindungan hukum dapat memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan

¹⁴ Cholqi Choirunnisa, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Produk Pembelian Jasa Titip (Jastip) Berupa Tiket Konser Melalui Media Twitter Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam*” (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2023)

¹⁵ Suharto dan Tata Irianto, *Kamus Bahasa Indonesia*, Indah Surabaya, Surabaya, 2004, hlm. 196.

¹⁶ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 25.

tersebut diberikan kepada Masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹⁷

2. Pengertian Pelindungan Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), *consumenten* atau *konsument* (Belanda), yang mana secara harfiah arti kata *consumer* merupakan lawan dari produsen, setiap orang yang menggunakan barang dan jasa.¹⁸ Dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan 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.

Pengertian konsumen menurut Az. Nasution dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:¹⁹

- a. Pemakai atau pengguna barang dan/atau pelayanan jasa dengan tujuan mendapatkan barang dan/atau pelayanan jasa untuk dijual kembali;
- b. Pemakai barang dan/atau pelayanan jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya.

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun

¹⁷ Qur'ani Dewi Kusumawardani, "Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 19 No. 1, 2019, hlm. 18.

¹⁸ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Edisi Pertama, Prenadamedia Group, Depok, 2018, *e-book*, hlm. 2

¹⁹ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 19

hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan penyedia barang dan/atau jasa konsumen.²⁰

Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan perlindungan konsumen adalah segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

3. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Perjanjian adalah sebagai suatu hubungan mengenai harta benda antar dua pihak yang melakukan perjanjian sehingga para pihak wajib melaksanakan janji tersebut jika salah satu pihak tidak memenuhi janji maka pihak lain berhak untuk menuntut ganti kerugian.²¹ Pengertian perjanjian menurut Subekti yaitu suatu peristiwa pihak satu mengikatkan janji kepada pihak lainnya atau Dimana kedua pihak saling melakukan perjanjian untuk melaksanakan suatu hal.²²

²⁰ Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, CV Budi Utama, Yogyakarta, hlm. 4-5

²¹ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm. 146.

²² Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, CV. Mandar Maju, Jakarta, 2011, hlm.

Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disingkat dengan KUHPerdata), mendefinisikan jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain membayar harga yang dijanjikan. Dari ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa unsur esensial dari perjanjian jual beli adalah harga dan barang.²³

Berdasarkan Pasal 1465 KUHPerdata, harga beli harus ditetapkan oleh kedua belah pihak, sedangkan pengertian barang ialah objek dari perjanjian jual beli. Menurut ketentuan Pasal 1333 KUHPerdata, objek perjanjian harus tertentu atau setidaknya-tidaknya dapat ditentukan. Selanjutnya menurut Pasal 1334 KUHPerdata, objek perjanjian baru akan ada dikemudian hari dapat menjadi objek perjanjian.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1460 KUHPerdata, apabila barang yang dijual itu berupa barang yang sudah ditentukan, maka sejak saat pembelian barang tersebut menjadi tanggungan pembeli, meskipun penyerahannya belum dilakukan dan penjual berhak menuntut harganya.²⁴

4. Jasa Titip

Menurut Kotler dan Keller, jasa merupakan semua tindakan atau kinerja yang ditawarkan pihak satu ke pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat

²³ Djaja S. Meliala, *Penuntun Praktis Hukum Perjanjian Khusus Jual Beli, Sewa Menyewa, Pinjam Meminjam*, Ctk.Pertama, Penerbit Nuansa Aulia, Bandung, 2012, hlm. 3.

²⁴ Lihat Pasal 1460 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

atau tidak terkait dengan produk lain.²⁵ Zeithalm, Mary dan Dwayne berpendapat bahwa jasa adalah perbuatan, proses, dan kinerja yang disediakan atau diproduksi bersama antara satu orang dengan orang lain.²⁶ Sedangkan menurut Lovrlock dan Writz mendefinisikan jasa sebagai berikut:²⁷

- 1) Jasa adalah kegiatan ekonomi yang ditawarkan dari pihak satu ke pihak lain, sering kali berdasarkan waktu, kinerja yang diinginkan pengguna dan merupakan suatu benda atau aset lainnya;
- 2) Dengan imbalan uang, waktu, dan usaha, layanan konsumen mengharapkan dari nilai akses terhadap barang, tenaga kerja, keterampilan profesional, fasilitas, jaringan, dan sistem. Namun biasanya tidak mengambil kepemilikan dari setiap elemen fisik yang terlibat.

Selama 5 tahun terakhir ini, yaitu dimana pekerjaan di sektor jasa berkembang pesat dan secara keseluruhan telah beralih ke jasa modem.²⁸ Salah satunya dibidang perdagangan yaitu *Personal Shopper* atau yang lebih dikenal dengan jasa titip. Dikutip dari globalindonesianvoices.com praktik jasa titip merupakan layanan informal yang menawarkan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan atau yang ingin membeli sesuatu

²⁵ Ginta Ginting, "*Prespektif Baru Pemasaran Pada Sektor Jasa*", terdapat dalam <http://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/EKMA456802-M1.pdf>. Diakses pada tanggal 26 Juli 2023.

²⁶ *Ibid*

²⁷ *Ibid*

²⁸ Chris Manning dan Haryo AswicaHyono, "*Perdagangan dan Pekerjaan Di Sektor Jasa Di Indonesia*", terdapat dalam http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilojakarta/documents/publication/wcms_185239.pdf. Diakses pada tanggal 26 Juli 2023.

tapi tidak dapat pergi ke tempatnya untuk membeli sendiri.²⁹ Kedudukan jasa titip ini adalah sebagai perantara antara pedagang dengan pembeli, dimana seseorang yang membuka jasa membelikan barang sesuai pesanan. Cara kerja dari jasa titip adalah dengan cara menggugah gambar barang yang dijual melalui akun media sosial.

F. Definisi Operasional

1. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³⁰
2. Perlindungan Konsumen adalah segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³¹
3. Konser adalah sebuah pertunjukan langsung, kebanyakan musik, di depan penonton.³²
4. K-POP atau *Koreana Pop* adalah musik populer yang berasal dari Korea Selatan.³³
5. Jasa titip merupakan pekerjaan dibidang jasa dimana orang tersebut membelikan barang sesuai dengan permintaan dari konsumen. Jasa titip tiket

²⁹ Intan Siti Muslichah dan Irwansyah, "Instagram dan Fenomena Jastip di Indonesia", *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, Edisi No. 2 Vol. 9, 2019, hlm. 152.

³⁰ Lihat Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³¹ *Ibid*, Pasal 1 angka 1

³² Adhim Nur Hakim dan Edi Setiadi Putra, "Alternatif Fasilitas Untuk Aktifitas Menonton Konser Musik Outdoor," terdapat dalam <https://eproceeding.itenas.ac.id/>, Diakses terakhir tanggal 26 Juli 2023

³³ Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado", *Jurnal Holistik*, tahun X No. 18, 2016, hlm.3

konser adalah jasa untuk mendapatkan tiket konser sesuai dengan permintaan konsumen dengan ditambah *fee* jasa titip.³⁴

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif yang artinya penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti bahan Pustaka atau data sekunder belaka. Penelitian ini juga sering disebut dengan penelitian kepustakaan.³⁵

2. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual dan pendekatan kasus. Metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) adalah pendekatan yang digunakan untuk mengkaji dan menganalisis undang-undang dan pengaturan yang ada sangkut pautnya dengan isu hukum yang sedang dikaji.³⁶ Metode pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum.³⁷ Metode pendekatan kasus

³⁴ Indira Putri Mahesti, *Op. Cit*, hlm. 1.

³⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, CV. Rajawali, Ctk. Kedua, 1986, hlm. 15

³⁶ Ishaq.H, *Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*, Ctk. Pertama, ALFABETA, Bandung 2017, hlm. 98

³⁷ *Ibid*, hlm. 99

(*case approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan menganalisis, menelaah sebagai pedoman bagi permasalahan hukum untuk menyelesaikan perkara hukum.³⁸

3. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan dikaji dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Hubungan hukum antara konsumen, penyedia jasa titip tiket konser dan penyelenggara konser.
- b. Perlindungan hukum terhadap konsumen khususnya di kalangan penggemar *Korean Pop* (K-POP) di Indonesia dalam pembelian tiket konser K-POP melalui jasa titip.

4. Subjek Penelitian

Adapun subjek penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yaitu penggemar K-POP yang merasa dirugikan dalam pembelian tiket konser K-POP melalui jasa titip.
- b. Pelaku Usaha yaitu penyedia jasa titip tiket konser K-POP.

5. Bahan Hukum

³⁸ Sheyla Nichatus Sovia, dkk, *Ragam Metode Penelitian Hukum*, Lembaga Studi Hukum Pidana, Kediri, 2022, hlm. 28.

a. Bahan hukum primer yaitu bahan hukum utama yang memiliki kekuatan mengikat secara yuridis.³⁹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Bahan hukum primer yang akan digunakan ialah:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik;
3. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

b. Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti Rancangan Undang-Undang, hasil penelitian, hasil karya dari kalangan hukum.⁴⁰ Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah:

1. Jurnal;
2. Buku-buku hukum;
3. Sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis teliti

c. Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti

³⁹ Ishaq. H, *Op. Chit*, hlm. 101.

⁴⁰ *Ibid*

kamus, ensiklopedia.⁴¹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan bahan hukum tersier berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia dan Kamus Bahasa Asing.

6. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

a. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh bahan yang penelitian berupa teori-teori hukum, asas-asas hukum doktrin, dan kaidah hukum yang didapat dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.⁴²

b. Studi Dokumen

Merupakan studi yang mengkaji berbagai dokumen, baik yang berkaitan dengan peraturan perundang-undangan maupun dokumen-dokumen yang sudah ada.⁴³

7. Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Setelah semua bahan hukum terkumpul kemudian dilakukan analisis secara sistematis dikaitkan dengan peraturan hukum untuk dapat ditarik kesimpulan.

⁴¹ *Ibid*, hlm. 102

⁴² *Ibid*, hlm. 252

⁴³ *Ibid*

8. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab 1 berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Tinjauan Pustaka, dan Metode Penelitian Hukum.

BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab 2 ini menguraikan hasil kepustakaan yang memaparkan tentang pengertian perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen, pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen, pengertian pelaku usaha, jual beli, aspek hukum jasa titip, perspektif Islam, pengertian dan peraturan mengenai perdagangan elektronik serta hal-hal lain yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN KHUSUSNYA DI KALANGAN PENGGEMAR *KOREAN POP* (K-POP) DI INDONESIA DALAM PEMBELIAN TIKET KONSER K-POP MELALUI JASA TITIP

Bab 3 menguraikan hasil penelitian mengenai bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen khususnya di kalangan penggemar *Korean Pop* (K-POP)

di Indonesia dalam pembelian barang-barang K-POP melalui jasa titip. Serta bagaimana tanggung jawab pelaku jasa titip tersebut terhadap konsumen yang mengalami kerugian.

BAB IV PENUTUP

Bab 4 merupakan bab penutup yang menguraikan kesimpulan, saran dan daftar pustaka yang digunakan untuk referensi dalam penulisan skripsi.

BAB II

TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN, PERJANJIAN JUAL BELI, MEDIA SOSIAL DAN JASA TITIP

A. Konsep Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Dalam bahasa Inggris pengertian perlindungan hukum adalah *protection*. Sedangkan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) perlindungan merupakan tempat berlindung.⁴⁴ Makna kata perlindungan secara kebahasaan tersebut memiliki kemiripan atau kesamaan unsur-unsur, yaitu:⁴⁵

- a. Unsur tindakan melindungi;
- b. Unsur pihak-pihak yang melindungi; dan
- c. Unsur cara-cara melindungi.

Berdasarkan kesamaan unsur-unsur tersebut diatas, maka kata perlindungan memiliki makna yaitu, suatu tindakan perlindungan atau tindakan melindungi pihak-pihak tertentu yang ditunjukkan untuk pihak tertentu dengan menggunakan cara tertentu. Adapun yang dimaksudkan dengan hukum adalah keseluruhan kumpulan peraturan-peraturan atau kaedah-kaedah dalam suatu kehidupan bersama atau keseluruhan peraturan tentang tingkah laku yang

⁴⁴ Suharto dan Tata Irianto, *Kamus Bahasa Indonesia*, Indang Surabaya, Surabaya, 2004, hlm. 196.

⁴⁵ *Ibid*

berlaku dalam suatu kehidupan bersama yang dapat dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi.⁴⁶

Menurut Satjipto perlindungan hukum dapat memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada Masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.⁴⁷ Sedangkan menurut C.S.T. Kansil perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.⁴⁸ Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa perlindungan hukum adalah suatu tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum, dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum.⁴⁹

Menurut pendapat Philipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:⁵⁰

- a. Perlindungan hukum preventif yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan Keputusan berdasarkan diskresi;

⁴⁶ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, 2003, hlm. 40.

⁴⁷ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 54.

⁴⁸ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hlm. 102.

⁴⁹ Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, 2011, hlm. 10.

⁵⁰ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 29.

- b. Perlindungan represif yang bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.

2. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.⁵¹ Sedangkan menurut kamus hukum, konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan barang maupun jasa untuk kepentingan baik diri sendiri maupun kepentingan orang lain.⁵² Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen didefinisikan sebagai pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.⁵³

Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah, dan undangan.⁵⁴ Az. Nasution, mendefinisikan konsumen adalah setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang atau jasa lain atau memperdagangkannya kembali.⁵⁵

⁵¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm. 22.

⁵² Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online", *Jurnal Serambi Hukum*, Edisi No.10 Vol. 11, STMIK Duta Bangsa Surakarta, 2017, hlm.28.

⁵³ WJS. Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1976, hlm. 521.

⁵⁴ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hlm. 34.

⁵⁵ Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm.37.

Az. Nasution memberikan tiga batasan mengenai konsumen, diantaranya yaitu:⁵⁶

- a. Konsumen komersial yaitu setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan;
- b. Konsumen antara yaitu setiap orang yang mendapat barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan Kembali dengan tujuan mencari keuntungan;
- c. Konsumen akhir yaitu setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain dengan tidak diperdagangkan kembali dan/atau untuk memperoleh keuntungan.

Secara yuridis, pengertian konsumen diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yaitu 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.⁵⁷ Apabila diuraikan berdasarkan definisi Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat ditarik beberapa unsur-unsur pasal, sebagai berikut:⁵⁸

⁵⁶ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002

⁵⁷ Lihat Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁵⁸ Mukti Fajar, dkk. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, Ctk. Pertama, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019, hlm. 17.

a. Setiap Orang

Subjek yang disebut dengan konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Pengertian konsumen tidak hanya dibatasi pada perseorangan saja, melainkan juga dapat mencakup suatu badan usaha.

b. Pemakai

“Pemakai” yang dimaksud dalam penjelasan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut diartikan sebagai konsumen akhir.

c. Barang dan/atau jasa

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengartikan bahwa barang sebagai benda, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, yang bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun benda yang tidak dapat dihabiskan, benda yang dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan untuk masyarakat yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen hendaknya telah tersedia terlebih dahulu sebelum ditawarkan kepada konsumen. Namun, saat ini syarat mutlak tersebut tidak lagi dituntut oleh konsumen.

- e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain
Transaksi konsumen tersebut ditujukan untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, ataupun makhluk hidup lainnya.
- f. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan
Pengertian konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mempertegas bahwa hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup, keluarga, atau untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

3. Pengertian Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya pelaku usaha dan konsumen memiliki hubungan yang saling ketergantungan. Pelaku usaha membutuhkan konsumen untuk membeli barang dan/atau jasanya, sehingga keberadaan konsumen sangat menentukan kelangsungan bisnis pelaku usaha.⁵⁹ Begitu sebaliknya, konsumen membutuhkan barang dan/atau jasa dari pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup, sehingga konsumen juga memiliki ketergantungan kepada pelaku usaha.⁶⁰ Idealnya hubungan pelaku usaha dengan konsumen memiliki posisi tawar yang seimbang. Namun dalam praktiknya sering kedudukan pelaku usaha lebih kuat daripada konsumen.⁶¹ Oleh karena itu perlu ada hukum perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen, maka apabila terjadi

⁵⁹ Agus Suwanda dan Susilawati Dajaan, *Modul 1 Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2015, hlm. 13.

⁶⁰ *Ibid*

⁶¹ *Ibid*

sengketa dengan pelaku usaha sehingga hak-hak yang seharusnya diterima konsumen dapat terpenuhi.

Mochtar Kusumaatmadja, definisi Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu dengan yang lain, dan berkaitan dengan barang dan jasa konsumen di dalam pergaulan hidup masyarakat.⁶² Sedangkan menurut Az. Nasution memberikan definisi hukum perlindungan konsumen sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah dengan penyediaan dan penggunaan barang dan/atau jasa antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁶³

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan definisi perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Tujuan dibentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri adalah untuk melindungi konsumen dari kemungkinan pelanggaran atas hak-haknya.⁶⁴ Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi para pihak yang

⁶² Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*; Ctk. Kedua, Jakarta, PT. Grasindo, 2006, hlm. 37

⁶³ Op.cit Agus Suwanda hlm. 5.

⁶⁴ Mukti Fajar, dkk. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, Ctk. Pertama, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019, hlm. 8.

mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang.⁶⁵

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang sangat luas meliputi perlindungan terhadap konsumen barang dan/atau jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk memperoleh barang dan/atau jasa tersebut. Terdapat dua aspek perlindungan konsumen yang dapat dijelaskan sebagai berikut:⁶⁶

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produksi, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan atau tidak. Selain itu juga mengenai persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.
- b. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purna jual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku pelaku usaha atau produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

⁶⁵ Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 66

⁶⁶ Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 10.

Sehingga, keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif (mencegah), tetapi juga tindakan represif (memulihkan) dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen.⁶⁷

4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Sebagaimana yang telah ditegaskan oleh Satjipto Rahardjo, pentingnya kedudukan hukum dalam masyarakat, menyebabkan pembentukan peraturan hukum tidak dapat terlepas dari asas hukum, dikarenakan asas hukum merupakan landasan utama dalam pembentukan hukum juga disebut titik tolak dalam pembentukan dan interpretasi undang-undang tersebut.⁶⁸

Mengenai asas hukum yang terkandung dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat beberapa asas yang mendasarinya, Asas tersebut terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:⁶⁹

a. Asas Manfaat

Asas ini mengandung amanat bahwa segala bentuk upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara

⁶⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 22.

⁶⁸ Achmad Ali, *Menguak Teori Hukum Legal Theory dan Teori Peradilan Judicialprudence*, Kencana, Makassar, 2007, hlm. 48.

⁶⁹ Mukti Fajar, dkk. *Op. Cit*, hlm. 9.

keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak lain atau sebaliknya, tetapi untuk memberikan satu pihak lain atau sebaliknya, tetapi untuk memberikan masing-masing pihak baik produsen maupun konsumen.

b. Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen, baik produsen maupun konsumen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan melaksanakan kewajiban secara seimbang. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk keselamatan dan keamanan konsumen dalam menggunakan, memakai, dan memanfaatkan barang dan/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar seluruh pihak baik konsumen maupun pelaku usaha patuh terhadap undang-undang dan mendapatkan keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan bahwa aturan mengenai hak dan kewajiban yang terkandung dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari agar masing-masing pihak memperoleh pengadilan.

Mengenai tujuan hukum perlindungan konsumen, dapat dilihat dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:⁷⁰

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

⁷⁰ Lihat Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan 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 bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

5. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban konsumen ini telah diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ada sembilan hak konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁷¹

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

⁷¹ Lihat Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 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 dan jujur serta 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 peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak konsumen tidak hanya dicantumkan dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.⁷²

Adapun kewajiban konsumen berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diantaranya yaitu:⁷³

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

⁷² Celina Tri Siwi Kristiyani, *Op. Cit*, hlm. 32

⁷³ Lihat Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

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

Selain adanya konsumen, juga terdapat pihak lain yaitu pelaku usaha yang dartikan bahwa pelaku usaha adalah orang atau badan yang menyediakan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mendefinisikan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁷⁴

Pelaku usaha sebagaimana yang diuraikan diatas terdapat beberapa kemungkinan-kemungkinan sebagai berikut:⁷⁵

- a. Pelaku usaha orang perorang yang secara pribadi melakukan kegiatan ekonomi dalam skala kecil dengan kapasitas terbatas dan terdiri dari wirausahawan pada tingkat yang paling sederhana;
- b. Pelaku usaha bukan badan hukum (Firma dan atau CV) dan badan usaha berbadan hukum yang bergerak pada bidang ekonomi dengan skala usaha

⁷⁴ Lihat Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁷⁵ Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia, Malang, 2007, hlm. 98-99.

dan modal dengan fasilitas terbatas, pelaku usaha ini juga merupakan pelaku ekonomi yang kapasitasnya terbatas, baik modal maupun teknologi;

- c. Pelaku usaha berbadan hukum dapat berupa koperasi dan perseroan terbatas, pelaku usaha ini bergerak di bidang usaha yang bersifat formal, yang memiliki atau memenuhi persyaratan teknis dan non teknis yang lebih baik dari pada pelaku usaha yang bukan berbadan hukum;
- d. Pelaku usaha berbadan hukum dengan kualifikasi canggih dengan persyaratan teknis maupun non teknis, termasuk persyaratan finansial dan sumber daya manusia yang professional di bidangnya.

Pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban sebagaimana yang diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ada lima hak pelaku usaha, diantaranya sebagai berikut:⁷⁶

- 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 baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

⁷⁶ Lihat Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:⁷⁷

- 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;

⁷⁷ Lihat Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Oleh karena itu, peraturan perundang-undangan tersebut dimaksudkan agar pelaku usaha dan konsumen terhindar dari kemungkinan terjadinya konflik yang diakibatkan oleh para pelaku usaha yang mengabaikan hak maupun kewajibannya.⁷⁸ Dengan dipenuhinya segala hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha maka kerugian yang dialami konsumen akan semakin rendah karena kedua belah pihak telah melakukan hak dan kewajibannya secara baik dan benar.

Akan tetapi, apabila konsumen mengalami kerugian secara materiil maupun imateriil karena mengonsumsi atau menggunakan produk cacat akan memberikan konsekuensi berupa tanggungjawab yang dibebankan kepada pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi.⁷⁹

6. Larangan-Larangan Bagi Pelaku Usaha

Secara yuridis, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 8 perbuatan-perbuatan tersebut meliputi:⁸⁰

⁷⁸ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 62

⁷⁹ Fabian Fadhly, "Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat", *Arena Hukum*, Vol. 6 No. 2, 2016, hlm. 238.

⁸⁰ Lihat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau jasa memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, atauran

pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- 3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha selanjutnya adalah mengenai kegiatan pemasarannya. Sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:⁸¹

- 1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, Sejarah atau guna tertentu;

⁸¹ Lihat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
 - d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- 2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- 3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Kemudian dalam pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai perbuatan pelaku usaha dalam

menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:⁸²

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Berdasarkan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa suatu pelayanan dilarang untuk:⁸³

- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

7. Tanggung Jawab Bagi Pelaku Usaha

Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang terkait dengan hak dan kewajiban. Pelaku usaha dalam memberikan pelayanan bertanggung jawab kepada diri sendiri maupun kepada masyarakat. Bertanggung jawab berarti berani menanggung segala resiko yang timbul

⁸² Lihat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁸³ Lihat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

akibat pelayanannya.⁸⁴ Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya memiliki tanggung jawab terhadap konsumen atas segala tindakan yang dapat merugikan konsumen.⁸⁵

Menurut Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, pertanggungjawaban hukum terkait dengan ada tidaknya suatu kerugian yang diderita oleh suatu pihak sebagai akibat (dalam hal hubungan konsumen dengan pelaku usaha) dari penggunaan, pemanfaatan, serta pemakaian oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha.⁸⁶

Menurut Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, tanggung jawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:⁸⁷

- 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 yang 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;

⁸⁴ Yemima Br. Sitepu, "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail)", *JOM Fakultas Hukum*, Vol. 3 No. 2, 2016, hlm. 4.

⁸⁵ Fiean Ariestya, Skripsi: "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Uang Kembali Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*", (Pekanbaru: Universitas Riau, 2015), hlm. 17.

⁸⁶ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 44.

⁸⁷ Lihat Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana yang 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.

Berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdara menyebutkan bahwa tiap perbuatan melanggar hukum yang menimbulkan kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.⁸⁸ Kesimpulan dari pasal ini adalah setiap orang yang dirugikan oleh peristiwa perbuatan atau kelalaian, kurang hati-hati, berhak mendapatkan ganti rugi atas kerugiannya tersebut.⁸⁹ Sehingga apabila konsumen merasa dirugikan mengenai barang dan/atau jasa dari pelaku usaha, konsumen dapat menggugat atau meminta ganti rugi kepada pelaku usaha yang bersangkutan.

B. Perjanjian Jual Beli Dalam KUHPerdara

1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata KUHPerdara mengatur bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih

⁸⁸ Lihat Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

⁸⁹ Az. Nasution, *Op. Cit.* Hlm. 171

mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.⁹⁰ Sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdata mendefinisikan jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.⁹¹

Abdulkadir Muhammad mendefinisikan perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan nama penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.⁹² Wirjono Prodjodikoro memberikan definisi perjanjian sebagai suatu perhubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, yang mana suatu pihak atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk melakukan sesuatu hal, sedang pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.⁹³ Menurut R. Subekti jual beli dikatakan suatu perjanjian dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.⁹⁴

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa unsur esensial dari perjanjian jual beli adalah harga dan barang. Harga pembelian harus ditetapkan oleh kedua belah, sedangkan barang merupakan objek dari perjanjian jual beli.⁹⁵

⁹⁰ Lihat Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁹¹ Lihat Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

⁹² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, PT Alumni, Bandung, 2010, hlm. 243.

⁹³ A Qorim Syamsudin Meliala, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 1985, hlm. 7.

⁹⁴ *Ibid*, hlm. 8.

⁹⁵ Djaja S. Meliala, *Penuntut Praktis Hukum Perjanjian Khusus Jual Beli, Sewa Menyewa, Pinjam Meminjam*, Ctk. Pertama, Penerbit Nuansa Aulia, Bandung, 2012, hlm. 3.

2. Syarat Sahnya Perjanjian

Syarat sahnya perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta, yaitu:

- a. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya;

Dengan sepakat dimaksudkan bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu tanpa paksaan, penipuan dan kekhilafan. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak yang lain.⁹⁶ Sehingga apabila perjanjian dibuat atas dasar salah satu unsur tersebut, maka perjanjian dapat dibatalkan.⁹⁷ Oleh karena itu, perjanjian harus dibuat dengan sukarela oleh para pihak.

- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;

Para pihak yang membuat perjanjian haruslah cakap menurut hukum, sebagaimana dalam Pasal 1329 KUHPerduta setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Berdasarkan Pasal 1330 KUHPerduta, orang dinyatakan tak cakap hukum yaitu orang yang belum dewasa, orang yang berada dibawah pengampunan dan orang-orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang, pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian tertentu.

⁹⁶ R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2004, hlm. 339.

⁹⁷ Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Ombak, Yogyakarta, 2013, hlm. 7.

Jika dalam perjanjian terjadi salah satu hal yaitu salah satu pihak tidak cakap untuk membuat perjanjian, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan oleh hakim atas permintaan orang yang cakap membuat perjanjian tersebut.⁹⁸

c. Suatu pokok persoalan tertentu;

Mengenai suatu hal tertentu yang artinya adalah objek perjanjian harus tertentu, setidak-tidaknya harus dapat ditentukan dan barang-barang yang akan ada di kemudian hari pun dapat menjadi objek suatu perjanjian.⁹⁹ Pasal 1333 KUHPerdata menyebutkan bahwa suatu persetujuan harus mempunyai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Menurut Pasal 1332 KUHPerdata menyatakan bahwa hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Selanjutnya, berdasarkan ketentuan Pasal 1334 ayat (1) barang-barang yang baru akan ada di kemudian hari dapat menjadi objek perjanjian. Dengan demikian jelas bahwa yang menjadi pokok-pokok perjanjian ialah barang-barang atau benda yang sudah ada maupun barang atau benda yang masih akan ada.¹⁰⁰

d. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Menurut Subekti yang dimaksud dengan sebab dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri, sedangkan menurut Abdul Kadir Muhammad, yang dimaksud dengan sebab adalah bahwa isi perjanjian

⁹⁸ J. Satrio, *Hukum Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm. 136

⁹⁹ Djaja S. Meliala, *Perkembangan Hukum Perdata Tentang Benda dan Hukum Perikatan*, Nuansa Aulia, Bandung, 2008, hlm. 95.

¹⁰⁰ R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermassa, Jakarta, 2001, hlm. 123.

tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan dan ketertiban umum.¹⁰¹

Pasal 1337 KUHPerdara suatu sebab adalah terlarang, jika sebab itu dilarang oleh undang-undang atau bila sebab itu bertentangan dengan kesusilaan atau dengan ketertiban umum. Sehingga Pasal 1335 KUHPerdara menyatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau dibuat berdasarkan suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan hukum.

3. Asas-Asas Perjanjian

Berikut asas-asas yang berlaku dalam perjanjian, secara umum terdapat empat asas yang dikenal, yaitu

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Yang dimaksud dengan asas ini adalah bahwa semua pihak bebas menjalin hubungan perikatan dengan pihak manapun. Asas ini memberikan kebebasan kepada para pihaknya untuk membuat atau tidak membuat perjanjian, memilih dengan siapa untuk melakukan perjanjian, menentukan isi, syarat, bentuk dan pelaksanaan perjanjian serta bebas untuk menentukan pilihan hukum.¹⁰²

b. Asas Konsensualisme

¹⁰¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990, hlm. 93.

¹⁰² Dewi Hendrawati, "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Pembuatan Perjanjian Baku (Studi Normatif Perjanjian Pembiayaan Konsumen)", MMH, Vol. 4 No. 4, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2011, hlm. 417.

Asas konsensualisme dalam Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdara yaitu sepakat mereka yang mengikatkan dirinya. Asas konsensualisme ini menekankan bahwa suatu perjanjian lahir pada saat terjadinya kesepakatan atau persetujuan antara para pihak mengenai hal-hal pokok dari apa yang menjadi objek perjanjian. Jika perjanjian dibuat secara tertulis maka bukti tercapainya konsensus atau kesepakatan para pihak adalah saat ditandatanganinya perjanjian oleh para pihak.¹⁰³

c. Asas *Pacta Sunt Servanda* atau Kekuatan Mengikat Suatu Kontrak

Ketentuan mengikat suatu kontrak mengharuskan para pihak memenuhi apa yang telah mereka ikat satu sama lain dalam kontrak yang dibuatnya.¹⁰⁴ Asas ini ditemukan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara menyebutkan bahwa semua kontrak yang dibuat sesuai dengan undang-undang berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

d. Asas Itikad Baik

Berdasarkan ketentuan Pasal 1338 ayat (3) menyatakan bahwa perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik. Maksud dari perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik adalah bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan memperhatikan dan mematuhi norma-norma kepatutan dan kesusilaan.¹⁰⁵

¹⁰³ I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta Timur, 2015, hlm. 46.

¹⁰⁴ Shidarta, dkk, *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Ctk. Pertama, Kencana, Jakarta, 2018, hlm. 50.

¹⁰⁵ J. Satrio, *Op. Cit*, hlm. 374.

4. Jenis-Jenis Perjanjian Jual Beli

Ada beberapa jenis perjanjian jual beli yang dapat dijelaskan diantaranya yaitu sebagai berikut:¹⁰⁶

a. Jual Beli Secara Tunai

Dalam perjanjian ini, harga barang dibayar secara tunai seketika itu dan sekaligus. KUHPerdara sendiri hanya mengenal jual beli secara tunai, tidak mengenal jual beli dengan cicilan atau secara angsuran.

b. Jual Beli Dengan Percobaan

Dalam jual beli percobaan ini, barang yang hendak mau di beli dicoba terlebih dahulu dan kemudian baru dibayar harganya. Jual beli seperti ini merupakan jual beli dengan syarat ditangguhkan. Jika syaratnya terpenuhi seperti misalnya barang tersebut dalam keadaan baik, maka perjanjian dapat dilaksanakan.

c. Jual Beli Dengan Pemberian Panjar Atau Uang Muka

Menurut ketentuan Pasal 1464 KUHPerdara, jika pembelian dilakukan dengan memberi uang panjar, maka salah satu pihak tidak dapat membatalkan pembelian itu dengan menyuruh memiliki atau mengembalikan uang panjarnya. Berdasarkan ketentuan ini, apabila pembeli membatalkan niatnya untuk membeli barang yang dimaksud, pihak penjual masih dapat menuntut agar perjanjian jual beli tersebut dapat dilaksanakan. Sedangkan menurut Wirdjono Prodjodikoro dalam hukum adat, apabila pembeli membatalkan niatnya untuk membeli barang tersebut,

¹⁰⁶ Djaja S. Meliala, *Op. Cit*, hlm. 5

maka pembeli membatalkan niatnya untuk membeli barang tersebut, maka uang panjar menjadi milik penjual, sebaliknya pihak penjual tidak dapat menuntut agar perjanjian jual beli tetap dilaksanakan.

5. Terjadinya Jual Beli

Jual beli merupakan perjanjian konsensual yang mana ia lahir sebagai suatu perjanjian yang sah mengikat para pihak saat tercapainya kata sepakat antara penjual dengan pembeli mengenai unsur-unsur pokoknya atau *essensialia* yaitu mengenai barang dan harga.¹⁰⁷ Sebagaimana diatur dalam Pasal 1458 KUHPerdara yang menyebutkan bahwa jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar.

Kata sepakat tersebut dituangkan dalam bentuk pernyataan kehendak. Tercapainya kesepakatan ini dinyatakan oleh para pihak yang membuat perjanjian dengan mengucapkan “setuju”, “oke” dan lain-lain, atau dengan memberikan tanda tangan dalam pernyataan tertulis sebagai bukti bahwa para pihak telah menyetujui segala apa yang tertera dalam tanda tangan tersebut. Kesepakatan inilah yang melahirkan perjanjian jual beli.¹⁰⁸

¹⁰⁷ I Ketut Oka Setiawan, *Op. Cit.* hlm. 159.

¹⁰⁸ Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk. Pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2016, hlm. 30.

6. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Berdasarkan ketentuan yang terdapat dalam Pasal 1457 KUHPerdara bahwa jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.

Definisi pasal diatas menyatakan bahwa penjual berhak atas sejumlah pembayaran atas barang yang telah diserahkan kepada pembeli sebagaimana yang telah disepakati bersama. Disamping itu pembeli berhak atas penyerahan barang yang telah dibelinya dari si penjual.¹⁰⁹

Dalam Pasal 1474 KUHPerdara menentukan bahwa penjual memiliki kewajiban utama yaitu menyerahkan bendanya dan menanggungnya. Ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada dua kewajiban penjual, yaitu menyerahkan benda yang dijualnya dan menanggung atau menjamin.¹¹⁰ Penjual diwajibkan menanggung cacat tersembunyi atas barang yang ia jual, yang mengakibatkan barang tersebut tidak dapat dipakai. Namun apabila cacat tersebut tidak terlihat, penjual tidak dapat dimintakan pertanggungjawaban dan dalam hal tersebut pembeli dianggap menerima adanya kecacatan barang tersebut.¹¹¹

Kewajiban utama pembeli sebagaimana ditentukan Pasal 1513 KUHPerdara adalah membayar harga pembelian pada waktu dan tempat yang ditetapkan dalam perjanjian. Harga yang dimaksud adalah berupa sejumlah

¹⁰⁹ A Qorim Syamsudin Melaila, *Op. Cit*, hlm. 44.

¹¹⁰ Ridwan Khairandy, *Op.Cit*, hlm. 79.

¹¹¹ I Ketut Oka Setiawan, *Op.Cit*, hlm. 169.

uang. Begitu pula apabila harga yang dimaksud adalah jasa maka perjanjiannya bernama perjanjian kerja.¹¹² Berdasarkan Pasal 1266 dan 1267 apabila pembeli tidak membayar barang yang ia beli, penjual dapat menuntut pembatalan pembelian.¹¹³

7. Wanprestasi dan Perbuatan Melawan Hukum

a. Wanprestasi

Wanprestasi atau dikenal juga sebagai ingkar janji, yaitu kewajiban debitur untuk memenuhi suatu prestasi, jika dalam melaksanakan kewajiban bukan terpengaruh karena keadaan, maka debitur dianggap telah melakukan ingkar janji.¹¹⁴ Menurut Setiawan ada tiga bentuk ingkar janji, yaitu:¹¹⁵

- 1) Tidak memenuhi prestasi sama sekali, artinya prestasi tidak hanya terlambat, tetapi juga tidak lagi dijalankan.¹¹⁶
- 2) Terlambat memenuhi prestasi, artinya meskipun prestasi dilaksanakan atau diberikan, namun penyerahannya tidak sesuai dengan waktu penyerahan dalam perikatan.¹¹⁷

¹¹² *Ibid*, hlm. 170.

¹¹³ *Ibid*, hlm. 171.

¹¹⁴ Yahman, *Karakteristik Wanprestasi dan Tindak Pidana Penipuan Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual*, Edisi Pertama, Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2014, hlm. 81.

¹¹⁵ *Ibid*, hlm. 82.

¹¹⁶ I Ketut Oka Setiawan, *Op. Cit*, hlm. 19

¹¹⁷ *Ibid*

- 3) Memenuhi secara tidak baik, artinya bahwa prestasi telah diberikan oleh debitur, namun tidak sebagaimana mestinya atau tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan.¹¹⁸

Sedangkan menurut Subekti, ada empat bentuk wanprestasi yaitu:¹¹⁹

- 1) Tidak melaksanakan apa yang disanggupi dalam perjanjian;
- 2) Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana janjinya;
- 3) Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat;
- 4) Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Wanprestasi berasal dari istilah aslinya dalam bahasa Belanda *Wanprestatie*, yang artinya tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perikatan yang timbul karena perjanjian maupun perikatan yang timbul karena undang-undang.¹²⁰ Menurut M. Yahya Harahap, wanprestasi yaitu pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya.¹²¹

Seorang debitur dikatakan wanprestasi apabila debitur dalam melaksanakan prestasi tersebut telah lalai sehingga mengakibatkan keterlambatan dari jadwal waktu yang telah ditentukan atau dalam

¹¹⁸ *Ibid*

¹¹⁹ Yahman, *Op. Cit.* hlm. 81.

¹²⁰ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 1982, hlm. 43.

¹²¹ Yahman, *Op. Cit.* hlm. 83.

melaksanakan prestasi tidak menurut yang sepatutnya. Apabila debitur wanprestasi, maka akibat yang ditimbulkan adalah sebagai berikut:¹²²

- 1) Kreditur berhak atas pemenuhan perikatan, jika hal itu masih memungkinkan;
- 2) Kreditur mempunyai hak atas ganti kerugian baik bersamaan dengan pemenuhan prestasi maupun sebagai gantinya pemenuhan prestasi;
- 3) Setelah adanya wanprestasi, maka *overmath* tidak mempunyai kekuatan untuk membebaskan debitur;
- 4) Dalam perikatan yang lahir dari kontrak timbal balik, maka wanprestasi dari pihak pertama memberi hak kepada wanprestasi pihak lain untuk dimintakan pembatalan kontrak oleh hakim, sehingga penggugat dibebaskan dari kewajibannya.

b. Perbuatan Melawan Hukum

Hoge Road berpendapat bahwa perbuatan melawan hukum dalam arti adalah perbuatan yang melanggar hak orang lain atau bertentangan dengan undang-undang. Namun ajaran ini bertentangan dengan pendapat sarjana lainnya, karena perbuatan melawan hukum tidak hanya bertentangan dengan undang-undang tetapi juga bertentangan dengan kesusilaan dan kepatutan. Sehingga perbuatan melawan hukum menurut ajaran luas yaitu perbuatan yang melanggar hak orang lain yang bertentangan dengan hukum, kaidah kesusilaan dan kepatutan.¹²³

¹²² I Ketut Oka Setiawan, *Op. Cit*, hlm. 20.

¹²³ *Ibid*, hlm. 110.

Menurut Pasal 1365 KUHPerdara, setiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena kesalahannya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. Berdasarkan ketentuan Pasal 1365 KUHPerdara, syarat adanya perbuatan melawan hukum yaitu:¹²⁴

- a. Harus ada perbuatan;
- b. Yang melawan hukum;
- c. Harus ada hubungan sebab dan akibat antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian;
- d. Harus ada kesalahan;
- e. Harus ada kerugian.

C. Jual Beli Melalui Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini adalah internet (*interconnection network*). Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, salah satunya ialah untuk perdagangan.¹²⁵ Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet salah satunya adalah media sosial. Saat ini media sosial seperti twitter dan Instagram dimanfaatkan sebagai kegiatan jual beli.

Pada dasarnya jual beli melalui media sosial sama halnya dengan jual beli konvensional. Letak perbedaan jual beli melalui media sosial dengan jual beli

¹²⁴ *Ibid*, hlm. 107.

¹²⁵ Ahmad M Ramli, *Cyberlaw dan Haki Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, 2004, hlm. 1.

konvensional ada pada media yang digunakan. Dalam transaksi jual beli melalui media sosial, media yang digunakan adalah media elektronik atau internet. Sehingga kesepakatan mauoun kontrak yang tercipta adalah melalui *online*.¹²⁶ Dalam jual beli konvensional, para pihak harus bertemu di suatu tempat untuk menyepakati apa yang diperjual belikan serta berapa harga barang dan/atau jasa tersebut. Sedangkan proses transaksi dalam jual beli melalui media sosial menggunakan media internet tanpa perlu adanya pertemuan langsung antar pihak.¹²⁷

Pengertian transaksi jual beli melalui medi sosial terdapat dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya.¹²⁸ Berdasarkan ketentuan dalam Pasal 17 ayat (2) Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa para pihak yang melakukan transaksi elektronik sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) wajib beritikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik selama transaksi berlangsung.

¹²⁶ Abdul Hakim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia)*, Ctk. Kedua, Penerbit Nusa Media, Bandung, 2018, hlm. hlm. 57.

¹²⁷ Herniwati, "Penerapan Pasal 1320 KUHPerdara Terhadap Jual Beli Secara Online (E-Commerce), Terdapat Dalam https://docplayer.info/31819914-Penerapan-pasal-1320-kuhperdata-terhadap-jual-beli-secara-online-e-commerce-herniwati-sh-mh-dosen-stih-padang-abstrak.html#download_tab_content Diakses pada tanggal 17 Januari 2024.

¹²⁸ Lihat Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

D. Aspek Hukum Jasa Penitipan dan Prespektif Islam

Jual beli *online* tidak dapat terlepas dari konsep perjanjian jual beli KUHPerduta. Sebagai syarat sahnya perjanjian, jual beli melalui media sosial menggunakan ketentuan Pasal 1313 KUHPerduta sebagai dasar pengaturannya sehingga apa yang menjadi syarat sahnya perjanjian dalam KUHPerduta dapat diterapkan dan jual beli secara *online* dapat diakui keabsahannya.¹²⁹ Sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerduta yang mana syarat sahnya perjanjian adalah adanya kesepakatan, kecakapan, suatu hal tertentu, dan sebab yang dihalalkan.¹³⁰

Menurut Pasal 15 Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, penyedia jasa berbasis *online* memiliki tanggung jawab sebagai berikut:¹³¹

- 1) Setiap penyelenggara sistem elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya.
- 2) Penyelenggara sistem elektronik bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan sistem elektroniknya.

¹²⁹ Herniwati, *Op.Cit*

¹³⁰ Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹³¹ Lihat Pasal 15 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

- 3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna sistem elektronik.

Menurut Buku Ketiga Bab XI KUHPerdara yang mengatur tentang penitipan diatur dalam Pasal 1694 disebutkan bahwa penitipan terjadi apabila seseorang menerima sesuatu barang dari orang lain dengan syarat bahwa ia akan menyimpannya dan mengembalikannya dalam wujud asalnya.¹³²

Salah satu contoh jual beli *online* adalah praktik jasa titip yang mana pelaku jasa titip sebagai perantara antara penjual dan pembeli atau dapat dikatakan sebagai pihak ketiga yang saling terhubung melalui internet di media sosial.¹³³ Jasa titip yang sedang banyak diminati saat ini adalah jasa titip tiket konser. Dimana pelaku jasa titip mendapatkan upah dari penitip atau konsumen atas jasanya membelikan tiket konser yang dititipkan atau dipesan sesuai dengan kesepakatan antara pelaku jasa titip dengan penitip atau konsumen. Begitu sebaliknya, penitip atau konsumen mendapatkan hak milik atas tiket konser yang dititipkan yang dibelikan oleh pelaku jasa titip.

Pandangan hukum pada transaksi berbasis aplikasi *online* yang melibatkan jasa titip pada hakekatnya adalah sebuah perikatan. Sebagaimana yang dikemukakan Subekti, perikatan merupakan suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu

¹³² Pasal 1694 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹³³ Putu Radya Brahmanta, Anak Agung Ketut Sukranatha, "Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Prespektif Hukum Perjanjian", *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 8 No. 6, 2020, hlm. 3

hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban memenuhi tuntutan itu.¹³⁴

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa perjanjian dalam praktik jasa titip merupakan sebuah perjanjian jual beli. Perikatan dalam perjanjian jual beli merupakan konsensual karena didalam perjanjian terdapat kesepakatan antara para pihak jasa titip dengan penitip atau konsumen.

Dalam praktik jasa titip menurut prespektif islam adalah *Wakalah bil ujah*. *Wakalah* atau *wakilah* secara bahasa adalah perlindungan (*Al-Hafidz*), pencukupan (*Ad-Dhamman*) atau pendelegasian (*At-tafwidh*) yang diartikan juga dengan memberikan kuasa atau mewakilkan.¹³⁵ Dalam fatwa DSN-MUI menyatakan akad *wakalah* adalah akad pemberian kuasa dari *muwakkil* kepada *wakil* untuk melakukan perbuatan hukum tertentu. Sedangkan *Wakalah bil ujah* adalah pemberian kuasa atau akad *wakalah* dengan imbalan pemberian *ujrah* (*fee*).¹³⁶

Ujah dalam pelaksanaan *Wakalah* adalah imbalan (*fee*) yang diberikan dari pihak yang diwakilkan kepada yang mewakilkan. Pemberian *ujrah* dalam *wakalah* tujuannya adalah untuk membalas kebaikan seseorang yang telah menolong dalam mewakilkan sesuatu pekerjaan atas jasa yang telah dikorbankan oleh orang yang menjadi wakil.¹³⁷

¹³⁴ Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermassa, Jakarta, 2005, hlm. 1

¹³⁵ Chindy Fransiska, "Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang Online (Studi Kasus Pada Princessist Online Shop)", *Jurnal Prosiding Keuangan dan Pebankan Syariah*, 2019

¹³⁶ Fatwa DSN No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Wakalah bil Ujah*

¹³⁷ Chindy Fransiska, *Op.Cit*

Pada dasarnya menitipkan belanjaan kepada seseorang atau penyedia jasa titip *online* itu diperbolehkan, sebagaimana dalam kisah *Ashbabul Kahfi* dalam Al-Qur'an.¹³⁸

وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالُوا رَبُّكُمْ
أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِّنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ
وَلَا يُشْعِرَنَّ بَكُمْ أَحَدًا

“Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia melihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia berlaku lemah lembut.” (QS. Al-Kahfi : 19).

Barang titipan tersebut merupakan amanah, sehingga barang harus diberikan kepada orang yang memberi amanah, jika tidak diberikan maka bagi yang dititipi telah berkhianat. Sedangkan berkhianat termasuk perbuatan dosa. Oleh karena itu, terjalin sebuah perikatan antara para pihak yang mana harus didasari dengan saling percaya-mempercayai yang akan mewujudkan keuntungan bagi para pihak. Maka bagi orang yang dititipi harus menjaga amanat dan berkewajiban mengembalikan apabila pemiliknya meminta.¹³⁹ Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ، وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ.....

¹³⁸ *Ibid*

¹³⁹ Hasil penelitian skripsi oleh mahasiswa UIN Banten, terdapat dalam <http://repository.uinbanten.ac.id/1649/4/BAB%20III%20....pdf> Diakses pada tanggal 18 Januari 2024

“...akan tetapi sebagaimana kamu mempercayai sebagian yang lain maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanahnya (hutangnya) dan hendaknya ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...” (QS. Al- Baqarah : 283)

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN TIKET KONSER

K-POP MELALUI JASA TITIP

A. Hubungan Hukum Antara Penyelenggara Konser dengan Penyedia Jasa Titip dan Konsumen dengan Penyedia Jasa Titip

Konser merupakan kegiatan yang melibatkan banyak pihak. Dalam konser musik tersebut terdapat perikatan antara pihak yang satu mengikatkan diri dengan pihak yang lain. Menurut Subekti, perikatan adalah suatu hubungan hukum (mengenai kekayaan harta benda) antara dua orang, yang memberi hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan yang lainnya diwajibkan untuk memenuhi tuntutan itu.¹⁴⁰

Penyelenggara konser atau biasa disebut promotor konser adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan, mengorganisasikan dan mempromosikan sebuah konser. Mulai dari pemilihan venue, kerja sama dengan tiket platform dan sponsor.¹⁴¹ Tugas dan tanggung jawab utama seorang promotor konser adalah melakukan promosi sekaligus memastikan suatu konser berjalan lancar.¹⁴²

Pada umumnya tata cara jual beli tiket konser, promotor biasanya bekerja sama dengan tiket platform seperti tiket.com, Traveloka, Tokopedia, Locket.com, dll.

¹⁴⁰ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermassa, Jakarta, 2004, hlm. 122.

¹⁴¹ Kumparan, *Promotor Konser: Pengertian, Tugas dan Cara Menjadi Promotor yang Baik*, terdapat dalam <https://kumparan.com/jendela-dunia/promotor-konser-pengertian-tugas-dan-cara-menjadi-promotor-yang-baik-20yvDWlnKGGK/full>, Diakses pada tanggal 30 Januari 2024.

¹⁴² Nika Audina, *Promotor, Arti, Tanggung Jawab, Cara Menjadi dan Skill Wajibnya*, terdapat dalam <https://glints.com/id/lowongan/promotor-adalah/#arti-promotor>, Diakses pada tanggal 30 Januari 2024.

Awalnya promotor konser akan mempromosikan konsernya di media sosial resminya, disitu promotor akan menjelaskan tanggal konser dilaksanakan, platform tiket yang bekerjasama dan kapan tiket bisa mulai di perjual belikan. Setelah itu konsumen akan membeli tiket konser di *website* resmi tiket platform yang sudah bekerjasama dengan promotor konser.

Pembelian yang dilakukan melalui *website* resmi penyedia tiket konser yang telah bekerjasama dengan promotor konser tersebut biasanya kemungkinan kecil untuk bisa mendapatkan tiket konser, karena banyaknya orang yang mengakses *website* resmi penyedia tiket konser tersebut atau sekarang biasa disebut dengan *war* tiket, sehingga *website* tersebut sering mengalami error. Maka dari itu banyak penggemar K-POP yang menghindari *war* tiket dan demi bertemu dengan idolanya mereka akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian tiket konser melalui jasa titip.

Jasa titip merupakan bisnis dibidang jasa dimana orang tersebut membelanjakan barang sesuai dengan yang telah dipesan konsumen.¹⁴³ Pelaku jasa titip tiket konser ini sebagai perantara antara penjual dan pembeli atau dapat dikatakan sebagai pihak ketiga yang saling terhubung melalui internet di media sosial.¹⁴⁴ Pada umumnya tata cara jual beli jasa titip tiket konser itu hampir sama di beberapa layanan jasa titip. Adapun mekanisme jual beli tiket konser melalui jasa titip adalah sebagai berikut:

¹⁴³ Indira Putri Mahesti, *Op.Cit*, hlm. 6.

¹⁴⁴ Putu Radya Brahmanta, *Op.Cit*, hlm. 3.

1. Konsumen atau pembeli pertama-tama menghubungi penjual atau penyedia layanan jasa titip untuk *bokking slot*, setelah mendapat slot akan diundang ke grup Whatsapp.
2. Konsumen kemudian membayar harga tiket konser dengan cara transfer uang ke rekening penjual dengan jumlah sesuai dengan section yang diinginkan serta *fee* atau jasa *war*. Setiap penyedia jasa titip tiket konser biasanya mengenakan *fee* jasa titip berbeda-beda, biasanya *fee* jasa titip dimulai dari harga 200-700 ribu rupiah.
3. Setelah mentransfer uang pembayaran, pembeli melakukan konfirmasi dengan mengirimkan bukti tranfer tersebut kepada penjual. Kemudian penjual akan mendata jenis tiket yang dipesan pembeli dan tiket konser akan dibelikan saat tiket konser sudah mulai dijual di *website* resmi platform tiket yang telah bekerjasama dengan promotor konser.
4. Penjual akan mengurus tiket sampai di tukar menjadi tiket fisik, untuk menghindari dari penyalahgunaan *e-voucher* maka penjual tidak akan memberikan bukti *e-voucher* kepada pembeli. Konsumen akan langsung mendapatkan tiket fisik di hari pelaksanaan konser.
5. Apabila tiket pesanan konsumen tidak berhasil di dapatkan, uang akan di *refund* atau dikembalikan oleh penjual. Setiap penyedia jasa titip memiliki ketentuan yang berbeda-beda, apabila tidak dapat tiket uang akan di *refund* sepenuhnya dan juga ada yang di *refund* tidak sepenuhnya karena dipotong jasa *war* tiket.

Setelah adanya transaksi tersebut terdapat hubungan hukum antara promotor konser, penyedia jasa titip konser dan konsumen. Hubungan hukum (*rechtsbetrekkingen*) adalah hubungan antara dua subyek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban dipihak yang lain.¹⁴⁵ Hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen dapat dibagi menjadi dua, yaitu:¹⁴⁶

1. Hubungan langsung adalah hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang secara langsung terikat dengan perjanjian.
2. Hubungan tidak langsung adalah hubungan antara dua atau lebih subjek hukum yang tidak langsung terikat dengan perjanjian, karena adanya pihak diantara pihak konsumen dengan pelaku usaha. Hubungan tidak langsung terjadi apabila tiket konser promotor ini tidak langsung ke konsumen namun terlebih dahulu melalui agen resmi platform tiket yang sudah bekerjasama dengan promotor, selanjutnya baru sampai ke konsumen.¹⁴⁷

Pasal 1313 KUHPerdara mengatur bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. R.Subekti memberikan pengertian perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.¹⁴⁸ Hubungan antara dua orang tersebut

¹⁴⁵ R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 1996, hlm. 269.

¹⁴⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hlm. 37.

¹⁴⁷ Syahrul Qiram, "Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Konser Musik Akibat Pandemi Covid-19", *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, Vol. 4 No. 1, 2021, hlm. 66.

¹⁴⁸ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermassa, Jakarta, 2005, hlm. 1.

dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya.¹⁴⁹

Jual beli sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1457 KUHPerdara adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya menyerahkan suatu benda dan pihak lain membayar harga yang telah di janjikan. Dalam ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Kata “semua perjanjian” dapat mencerminkan adanya kebebasan berkontrak (*Freedom of contract*). Penerapan asas kebebasan berkontrak tersebut mensyaratkan adanya keseimbangan kedudukan antara para pihak dalam membuat kesepakatan untuk mengatur hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha. Namun kebebasan berkontrak terdapat batasannya.¹⁵⁰ Batasan tersebut diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara bahwa perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik.

Hubungan hukum antara penyedia jasa titip dengan konsumen adalah hubungan hukum pemberian kuasa. Dalam Pasal 1792 KUHPerdara menyebutkan bahwa pemberian kuasa adalah suatu perjanjian dengan mana seorang memberikan kekuasaan kepada orang lain, yang menerimanya, untuk atas namanya menyelenggarakan suatu urusan. Hubungan ini terjadi saat adanya perjanjian antara penyedia jasa titip tiket konser dengan konsumen, dimana dalam perjanjian tersebut penyedia jasa titip tiket konser mewakili konsumen untuk membelikan

¹⁴⁹ Raskita J.F. Surbakti, “Analisis Hukum Penggunaan Surat Kuasa Yang Melebihi Tujuannya (Studi Putusan Mahkamah Agung Republic Indonesia Nomor 1189K/PDT/2017 Dan Putusan Pengadilan Negeri Cibinong Nomor 104/PDT.G/2012/PN.CBN)”, *Nommensen Journal of Legal Opinion*, Vol. 3 No. 1, 2022, hlm. 19.

¹⁵⁰ Syahrul Qiram, *Op.Cit*, hlm. 66.

tiket konser yang dijual oleh promotor konser sampai diurus menjadi tiket fisik dan apabila penyedia jasa titip tidak berhasil mendapatkan tiket konser yang diinginkan konsumen maka penyedia jasa titip akan mengembalikan atau *refund* uang yang telah ditransfer oleh konsumen. Jadi disini penyedia jasa titip tiket konser sebagai perantara antara promotor konser dan konsumen.

Setelah adanya kesepakatan antara penyedia jasa titip dengan konsumen maka penyedia jasa titip wajib membelikan tiket konser konsumen di *website* resmi platform tiket yang bekerjasama dengan promotor konser, pada saat itu penyedia konser memiliki hubungan hukum dengan promotor konser. Hubungan hukum antara promotor konser dengan penyedia jasa titip terjadi saat adanya kesepakatan dalam menentukan hak dan kewajiban, hubungan hukum tersebut berbentuk perjanjian jual beli. Dalam hal ini, penyedia jasa titip adalah pihak yang membeli tiket konser dan promotor konser adalah pihak yang menjual tiket serta menyelenggarakan konser. Maka penyedia jasa titip berhak mendapatkan tiket konser dan promotor konser wajib menyerahkan tiket konser serta menyelenggarakan konser.

Dalam melakukan transaksi jual beli tiket konser melibatkan pihak bank sebagai sarana pembayaran. Ketika konsumen melakukan transaksi dengan penyedia jasa titip yang kemudian penyedia jasa titip membelikan tiket konser, sistem pembayaran tersebut biasa dilakukan dengan cara transfer via bank melalui ATM atau *mbanking*, *Virtual Account* dan Kartu Kredit (Visa, Mastercard).¹⁵¹

¹⁵¹ Agustinus Rangga Respati, “*Simak Cara Lengkap Beli Tiket Presale Coldplay*”, terdapat dalam <https://money.kompas.com/read/2023/05/11/183000026/simak-cara-lengkap-beli-tiket-presale-coldplay-dengan-virtual-account-debit?page=all>, Diakses pada tanggal 17 Maret 2024.

Dalam hal ini, bank menerbitkan kartu kredit atau debit serta *mobile banking* sebagai metode pembayaran. Hubungan hukum dengan pihak bank adalah hubungan hukum simpan pinjam. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan menjelaskan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Hubungan simpan pinjam terjadi saat konsumen dan penyedia jasa titip melaksanakan transaksi jual beli tiket konser dan pihak bank sebagai metode pembayaran dalam transaksi tersebut.

Sebelum konsumen dan penyedia jasa titip melakukan transaksi, media sosial adalah sebagai media yang menghubungkan antara konsumen dengan jasa titip. Hubungan antara konsumen dan penyedia jasa titip dengan media sosial adalah hubungan penggunaan jasa. Pasal 1 angka 13 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa Kemitraan adalah Kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan Usaha Besar. Meskipun belum ada peraturan khusus yang mengatur jual beli jasa titip tiket konser melalui media sosial seperti twitter dan instagram, tetapi secara tidak langsung media sosial tersebut sebagai layanan jasa. Hubungan hukum penggunaan jasa terjadi ketika media sosial seperti twitter dan Instagram sebagai media yang digunakan penyedia jasa titip untuk mempromosikan jasanya dan konsumen menggunakan media sosial untuk mencari informasi mengenai jasa titip

tiket konser, maka media sosial sebagai penyedia layanan jual beli barang atau jasa antara penggunanya.

Namun dalam pelaksanaan jual beli tiket konser tidak selalu berjalan lancar, ada salah satu pihak melakukan perbuatan melawan hukum. Apabila pelaku usaha melakukan perbuatan melawan hukum maka konsumen berhak mendapat perlindungan hukum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Karena jual beli yang dilakukan antara pihak adalah jual beli *online* maka perlindungan konsumen juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasa dan Transaksi Elektronik.

B. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Melakukan Jual Beli Tiket Konser K-POP Melalui Jasa Titip di Media Sosial

Secara umum dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, kedudukan konsumen sangat lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha.¹⁵² Kerugian yang diderita konsumen tidak pernah sampai pada pemenuhan haknya sebagai konsumen.¹⁵³ Karena posisi konsumen yang lemah maka harus dilindungi oleh hukum, tujuannya adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi hubungan konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.¹⁵⁴ Konsumen yang dimaksud

¹⁵² Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk Pertama, CV Budi Utama, Yogyakarta, 2019, hlm. 62.

¹⁵³ Bagas Wigrha Tama, Skripsi: “*Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Iklan Diskon Hari Belanja Online Nasional Di Situs Jual Beli Online*”, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, hlm. 101.

¹⁵⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hlm. 13.

dalam hal ini adalah konsumen yang membeli tiket konser K-POP melalui jasa titip di media sosial. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan bentuk upaya pemerintah dalam mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di Masyarakat. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan dapat berjalan dengan baik dalam melindungi kepentingan konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen mempunyai hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur. Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memperlakukan atau melayani konsumen dengan benar dan jujur. Pasal 4 dan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan dasar perlindungan konsumen atas hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha sangatlah penting karena hal ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa. Serta menghindari perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha kepada konsumen yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen.

Banyaknya masyarakat di Indonesia saat ini yang menyukai K-POP menjadi peluang besar untuk mendapatkan keuntungan bagi orang yang melakukan usaha jasa titip. Salah satu usaha jasa titip yang banyak beredar saat ini adalah jasa titip tiket konser. Layanan jual beli melalui jasa titip tiket konser ini dapat memudahkan bagi penggemar K-POP untuk mendapatkan tiket konser untuk bisa bertemu

idolanya secara langsung. Tetapi tidak semua pelaku usaha jasa titip tiket konser berperilaku jujur sehingga juga banyak masyarakat yang tertipu oleh akun jasa titip. Salah satu kasus yang penulis temukan di media sosial Twitter yaitu seorang penggemar NCT Dream yang ingin melihat idolanya secara langsung. Penggemar NCT Dream tersebut mempunyai akun Twitter yang bernama @haechaneveryday. Saat itu @haechaneveryday ingin membeli tiket konser NCT Dream melalui media sosial Instagram dengan username @mbajastip_, banyak orang yang percaya oleh akun tersebut karena sudah banyak testimoni dan juga sudah sering bekerjasama dengan beberapa selebgram.

Pada awalnya @haechaneveryday menghubungi @mbajastip_ untuk *booking slot*, setelah itu bergabung ke group Whatsapp dan mentransfer tiket konser ditambah dengan fee jasa titip dengan jumlah uang sebesar Rp. 3.200.000. Konser NCT Dream yang bertajuk “The Dream Show 2” dilaksanakan di Jakarta selama 3 hari yaitu pada tanggal 4, 5, dan 6 Maret 2023 dan tiket dijual secara *online* melalui situs resmi di *website* LOKET.com dimulai pada tanggal 4 Februari 2023. Pada tanggal 5 Februari @haechaneveryday dikabari bahwa tiket berhasil di dapatkan. Dalam kesepakatan tiket akan diberikan ketika tiket sudah ditukarkan menjadi tiket fisik. Pada tanggal 19 Februari 2023 yaitu 2 minggu sebelum konser dilaksanakan @mbajastip_ memberi kabar melalui grup Whatsapp bahwa ada kendala yang terjadi sehingga tiket di *cancel* atau dibatalkan dan berjanji uang akan di *refund* 100% tanpa ada potongan yang akan dilakukan secara bertahap, tetapi sampai setelah konser tersebut berlangsung belum ada uang yang di *refund* oleh @mbajastip.

Selain fans NCT Dream, ternyata juga banyak dari fans Blackpink yang kena tipu oleh akun jasa titip @mbajastip_. Konser BLACKPINK yang bertajuk “BORN PINK” yang diselenggarakan selama 2 hari pada tanggal 11 dan 12 Maret 2023 di Gelora Bung Karno Main Stadium (GBK). Pada awalnya pemilik akun Twitter @danielhermans10 menggunakan layanan jasa titip oleh akun Instagram @mbajastip_ dan sudah bersepakat bahwa tiket akan diberikan ketika tiket sudah ditukarkan menjadi tiket fisik yang akan diberikan secara langsung di tempat konser yaitu di GBK. Tapi sayangnya di hari sebelum melaksanakan konser yaitu pada tanggal 10 Maret 2023 @danielhermans10 menghubungi @mbajastip_ tetapi tidak ada tanggapan sampai hari pelaksanaan konser, akhirnya @danielhermans10 meminta uangnya di *refund* tapi sampai saat ini masih belum ada tanggapan dari @mbajastip_. Dikutip dari *website* Merdeka.com, banyak masyarakat yang menggunakan media sosial memakai layanan jasa titip di akun Instagram @mbajastip_ telah menjadi korban penipuan tiket konser BLACKPINK. Salah satunya diadukan oleh akun Twitter berinisial DH yang mengalami kerugian Rp. 12 Juta akibat penipuan oleh akun @mbajastip_.¹⁵⁵

Tiket konser yang telah dibeli oleh konsumen melalui jasa titip sudah termasuk dalam perjanjian jual beli, sehingga menimbulkan hak dan kewajiban oleh para pihak. Dari uraian kasus diatas, permasalahan yang terlihat adalah pelaku usaha jasa titip tidak memenuhi hak konsumen. Konsumen telah menjalankan kewajibannya yang sesuai dengan Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan

¹⁵⁵ <https://www.merdeka.com/jakarta/ramai-korban-penipuan-jastip-tiket-konser-blackpink-polisi-usut-akun-mbajastip.html> Diakses terakhir tanggal 26 Januari 2024.

Konsumen, namun pelaku usaha tidak memenuhi hak konsumen. Hak konsumen yang telah dilanggar pelaku usaha terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. Pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Menurut pasal tersebut pelaku usaha jasa titip wajib memberikan kenyamanan, keamanan dan keselamatan barang dan/jasanya. Dalam kasus diatas, konsumen tidak mendapatkan hak atas kenyamanan karena ketidak jujuran dari pelaku usaha jasa titip;
- b. Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Menurut pasal tersebut, pelaku usaha jasa titip berkewajiban memberikan informasi yang sebenar-benarnya dan jelas dalam menginformasikan kondisi barang dan/atau jasanya. Dalam kasus tersebut, konsumen tidak mendapatkan informasi yang jelas dari pelaku usaha jasa titip, sehingga membuat konsumen kebingungan dan tidak tahu apakah pelaku usaha benar-benar akan *refund* uang fans NCT Dream serta benar-benar sudah membelikan tiket konser BLACKPINK atau tidak karena sampai hari pelaksanaan konser tidak ada kejelasan informasi dari pelaku usaha;
- c. Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau

tidak sebagaimana mestinya. Dalam kasus diatas, beberapa konsumen merasa dirugikan karena tiket konser K-POP yang telah mereka beli tidak sesuai dengan kesepakatan.

Dalam hal ini pelaku usaha juga melanggar kewajibannya pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kewajiban yang telah dilanggar yaitu:

- a. Pasal 7 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bertitikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam pasal ini pelaku usaha lebih ditekankan untuk bertitikad baik;
- b. Pasal 7 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib melayani konsumen secara benar dan jujur. Dari kasus diatas pelaku usaha jasa titip tidak benar-benar jujur kepada konsumen;
- c. Pasal 7 huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Tiket konser tidak sampai ketangan konsumen, hal ini menimbulkan kerugian bagi konsumen dan konsumen yang telah menitipkan jasanya kepada penyedia jasa titip tiket konser K-POP tidak mendapatkan *refund* oleh pihak jasa titipnya. Dimana dalam kesepakatan apabila penyedia jasa titip tidak mendapatkan tiket konser yang dititipkan oleh konsumen maka penyedia jasa titip akan *refund* uang konsumen.

Jual beli tiket konser melauai jasa titip merupakan jual beli *online*. Karena jual beli *online* dilakukan melalui media elektronik, sehingga pelaku usaha juga melanggar Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yaitu:

- a. Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyertakan informasi yang benar dan lengkap. Namun dalam kasus diatas, konsumen tidak menerima informasi yang jelas terkait tiket konser K-POP yang dipesan;
- b. Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, jika seseorang menyebarkan berita bohong baik sengaja atau tidak sengaja menyesatkan dan menyebabkan kerugian konsumen. Dalam kasus diatas pelaku usaha jasa titip dalam menjalankan usahanya tidak sesuai dengan kesepakatan serta menyebabkan konsumen mengalami kerugian.

Dari kasus diatas pelaku jasa titip tiket konser telah mengabaikan hak konsumen dan kewajibannya sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan melanggar Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana yang telah dipaparkan diatas. Namun peraturan hukum tersebut yang diberikan kepada konsumen masih belum sepenuhnya mencakup semua permasalahan yang terjadi dalam melakukan transaksi jual beli *online* menggunakan layanan jasa titip yang dilakukan di media sosial karena belum ada peraturan khusus mengenai perdagangan melalui media sosial.

Akibat dari pelaku usaha jasa titip tiket konser mengabaikan hak konsumen dan kewajibannya sebagai pelaku usaha, maka konsumen mengalami kerugian materiil dan immaterial. Kerugian materiil berupa hilangnya sebagian uang konsumen akibat tiket konser yang telah dibayar tidak di *refund* oleh penyedia jasa titip sesuai dengan perjanjian bahwa apabila penyedia jasa titip tidak berhasil mengurus tiket konser sampai menjadi tiket fisik maka uang yang telah ditransfer akan di *refund*. Sedangkan kerugian immaterial konsumen berupa kekecewaan, kehilangan kesempatan serta kerugian emosional penggemar K-POP karena tidak bisa menonton konser idolanya yang sudah ditunggu-tunggu dan kehilangan momen bahagia bertemu dengan idolanya.

Berdasarkan Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian. Sedangkan pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam perlindungan konsumen terdapat dua upaya, yaitu upaya preventif dan represif.¹⁵⁶ Upaya preventif merupakan upaya pencegahan agar masalah mengenai perlindungan konsumen tidak terjadi, sedangkan upaya represif merupakan suatu upaya penanganan disaat terjadinya masalah perlindungan konsumen. Seperti yang sudah dijelaskan diatas, bahwa Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun

¹⁵⁶ Philipus M. Hadjon, *Op.Cit.*

1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan suatu upaya preventif untuk mencegah masalah perlindungan konsumen terjadi karena konsumen tidak mengetahui hak dan kewajibannya sebelum membeli dan menggunakan jasa tersebut. Apabila sudah terjadi masalah yang mengakibatkan konsumen merasa dirugikan akibat penyedia jasa titip telah melanggar hak konsumen dan kewajibannya sebagai pelaku usaha maka pelaku usaha harus melakukan ganti kerugian yang timbul hal itulah yang disebut dengan upaya represif. Upaya represif ini dilakukan agar pelaku usaha lebih bertanggungjawab atas perbuatannya.

Konsumen yang dirugikan dalam kasus diatas dapat melaporkannya kepada pihak yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa perlindungan hukum terhadap konsumen. Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa 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. Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Dalam Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan tentang Lembaga Perlindungan Swadaya Masyarakat (LPKSM). LPKSM merupakan lembaga non pemerintah yang diakui dan terdaftar dalam pemerintah yang berfungsi untuk menangani perlindungan terhadap konsumen

yang menderita kerugian atau haknya tidak terpenuhi.¹⁵⁷ Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan tugas LPKSM meliputi kegiatan:

- a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam Upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.

¹⁵⁷ Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*, CV Pustaka Bengawan, Sukoharjo, 2017, hlm. 44.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hubungan hukum antara pihak dalam pembelian tiket konser K-Pop melalui jasa titip di media sosial adalah konsumen, penyedia jasa titip tiket konser, promotor konser, bank dan media sosial. Hubungan hukum antara penyedia jasa titip dengan konsumen adalah hubungan hukum pemberian kuasa yang diatur dalam Pasal 1792 KUHPerdara, hubungan ini terjadi saat adanya perjanjian antara penyedia jasa titip tiket konser dengan konsumen. Hubungan hukum antara promotor konser penyedia jasa titip terjadi saat adanya kesepakatan dalam menentukan hak dan kewajiban, hubungan hukum tersebut berbentuk perjanjian jual beli. Hubungan hukum antara konsumen dan penyedia jasa titip dengan pihak bank adalah hubungan simpan pinjam, dimana pihak bank sebagai metode pembayaran dalam transaksi jual beli yang dilakukan konsumen dan penyedia jasa titip tiket konser. Hubungan antara konsumen dan penyedia jasa titip dengan media sosial adalah hubungan penggunaan jasa, dimana media sosial sebagai penyedia layanan jual beli barang atau jasa antara penggunanya.
2. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pembelian tiket konser K-POP melalui jasa titip dari contoh yang penulis temukan masih belum berjalan sebagaimana mestinya. Meskipun telah ada Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjadi upaya pemerintah dalam melindungi konsumen, namun masih ada beberapa pelaku usaha jasa titip yang melakukan perbuatan

melawan hukum yang membuat hak penggemar K-POP sebagai konsumen tidak terpenuhi. Akibatnya konsumen mengalami kerugian materiil dan immaterial. Kerugian materiil berupa hilangnya sebagian uang konsumen. Sedangkan kerugian immateriil konsumen berupa kekecewaan, kehilangan kesempatan serta kerugian emosional penggemar K-POP karena tidak bisa menonton konser idolanya dan kehilangan momen bahagia bertemu dengan idolanya. Oleh karena itu, konsumen membutuhkan perlindungan agar haknya dapat dipenuhi sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka konsumen berhak mendapatkan kompensasi atau ganti rugi yang diberikan oleh pelaku usaha, kenyamanan dalam menggunakan jasa dan berhak untuk mendapatkan informasi yang jelas. Konsumen yang dirugikan dapat melaporkannya kepada pihak yang berwenang untuk menyelesaikan sengketa perlindungan hukum terhadap konsumen melalui pengadilan atau diluar pengadilan, ketentuan ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Saran

1. Saran untuk konsumen yaitu sebaiknya mengetahui resiko dalam melakukan pembelian tiket konser K-POP melalui jasa titip, serta mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila terjadi kerugian sehingga apabila terjadi pelanggaran haknya sebagai konsumen yang menimbulkan kerugian dapat mengetahui langkah hukum untuk mendapatkan keadilan berdasarkan aturan hukum yang berlaku.

2. Saran untuk pemerintah yaitu, sebaiknya pemerintah segera membuat suatu peraturan khusus mengenai perdagangan melalui media elektronik atau media sosial, karena sampai saat ini masih sedikit ditemukan aturan hukum yang mengatur mengenai penyedia layanan jasa titip yang dilakukan di media sosial, sehingga diharapkan agar masyarakat sebagai konsumen dapat merasa aman dalam melakukan transaksi jual beli melalui jasa titip yang dilakukan di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Roswita Sitompul, *Hukum Perdata Indonesia*, Pustaka Bangsa Press, Medan, 2006.

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2005.

_____ *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermassa, Jakarta, 2004.

Suharto dan Tata Irianto, *Kamus Bahasa Indonesia*, Indanh Surabaya, Surabaya, 2004.

Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya 1987.

_____ *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada University Press, 2011.

Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Edisi, Pertama, Prenadamedia Group, Depok, 2018.

Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.

_____ *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002.

Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, CV Budi Utama, Yogyakarta, 2019.

J. Satrio, *Hukum Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992

_____ *Hukum Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992.

Djaja S. Meliala, *Penuntun Praktis Hukum Perjanjian Khusus Jual Beli, Sewa Menyewa, Pinjam Meminjam*, Ctk. Pertama, Penerbit Nuansa Aulia, Bandung, 2012.

_____ *Perkembangan Hukum Perdata Tentang Benda dan Hukum Perikatan*, Nuansa Aulia, Bandung, 2008.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tnjauan Singkat*, CV. Rajawali, Ctk. Kedua, 1986.

- Ishaq.H, *Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*, Ctk. Pertama, ALFABETA, Bandung, 2017.
- Sheyla Nichatus Sovia, dkk, *Ragam Metode Penelitian Hukum*, Lembaga Studi Hukum Pidana, Kediri, 2022.
- Sudikno Mertokusumo, *Mengenai Hukum Suatu Pengantar*, Liberti, Yogyakarta, 2003.
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000
- C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- WJS. Poerwardarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1976.
- Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004.
- Mukti Fajar, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, Ctk. Pertama, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2019.
- Agus Suwanda dan Susilawati Dajaan, *Modul 1 Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Terbuka, Jakarta, 2015.
- Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Zulhan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013.
- Achmad Ali, *Menguak Teori Hukum Legal Theory dan Teori Peradilan Judicialprudence*, Kencana, Makassar, 2007.
- Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayumedia, Malang, 2007.
- Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Albdkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, PT. Alumni, Bandung, 2010.

- _____ *Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990.
- A Qorim Syamsudin Meliala, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 1985.
- R. Subekti dan R. Tjitrosudibjo, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta, 2004.
- Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Ombak, Yogyakarta, 2013
- R. Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermassa, Jakarta, 2001.
- I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perikatan*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta Timur, 2015.
- Shidarta, dkk, *Aspek Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Ctk. Pertama, Kencana, Jakarta, 2018.
- Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli*, Ctk, Pertama, FH UII Press, Yogyakarta, 2016.
- Yahman, *Karakteristik Wanprestasi dan Tindak Pidana Penipuan Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual*, Edisi Pertama, Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2014.
- Ahmad M Ramli, *Cyberlaw dan Haki Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Jakarta, 2004.
- Abdul Hakim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik (Sebagai Pedoman dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce di Indonesia)*, Ctk. Kedua, Penerbit Nusa Media, Bandung, 2018.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Rajawali Pers, Jakarta, 2011.
- R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 1996.
- Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online*, CV Pustaka Bengawan, Sukoharjo, 2017.
- Muhammad Djumhana, *Hukum Perbankan Di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 337
- Hirsanudin, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia Pembiayaan Bisnis Dengan Prinsip Kemitraan*, Genta Press, Yogyakarta, 2008

Jurnal

- Wirna Milda Alam, "The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation", *Journal of Indonesian Culture and Beliefs*, Vol. 2 No. 1, 2023.
- Indira Putri Mahesti, "Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online", *Jurnal Kertha Negara*, Vol. 7 No. 10, 2019.
- I Gst. Agung Rio Diputra, "Pelaksanaan Perancangan Kontrak Dalam Pembuatan Struktur Kontrak Bisnis", *Jurnal Acta Comitas*, Vol. 3 No. 3, 2018
- 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 Nomr 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Hukum Adigama*, Vol. 4 No. 2, 2021.
- Qur'ani Dewi Kusumawardani, "Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Internet Terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online", *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, Vol. 19 No. 1, 2019.
- Intan Siti Muslichah dan Irwansyah, "Instagram dan Fenomena Jastip di Indonesia", *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, Edisi No. 2 Vol. 9, 2019.
- Frulyndese K. Simbar, "Fenomena Konsumsi Budaya Korea Pada Anak Muda di Kota Manado", *Jurnal Holistik*, tahun X No. 18, 2016.
- Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, "Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Online", *Jurnal Serambi Hukum*, Edisi No. 10 Vol. 11, STMK Duta Bangsa Surakarta, 2017.
- Fabian Fadhy, "Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat", *Arena Hukum*, Vol. 6 No. 2, 2016.
- Yemima Br. Sitepu, "Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail)", *JOM Fakultas Hukum*, Vol. 3 No. 2, 2016.
- Dewi Hendrawati, "Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Pembuatan Perjanjian Baku (Studi Normatif Perjanjian Pebiayaan Konsumen)", *MMH*, Vol. 4 No. 4, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2011.
- Putu Radya Brahmanta dan Anak Agung Ketut Sukranatha, "Keabsahan Usaha Jasa Titip Online di Indonesia Ditinjau Dari Prespektif Hukum Perjanjian", *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 8 No. 6, 2020.
- Amelia Rizky Maulidia, dkk. "Pola Akad *Personal Shopper* Dalam Jual Beli *Online* di Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan", *Journal of Islamif and Law Studies*, Vol. 3 No. 1, 2019.

Syahrul Qiram, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pembatalan Konser Musik Akibat Pandemi Covid-19”, *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, Vol. 4 No. 1, 2021.

Raskita J.F. Surbakti, “Analisis Hukum Penggunaan Surat Kuasa Yang Melebihi Tujuannya (Studi Putusan Mahkamah Agung Republic Indonesia Nomor 1189K/PDT/2017 Dan Putusan Pengadilan Negeri Cibinong Nomor 104/PDT.G/2012/PN.CBN)”, *Nommensen Journal of Legal Opinion*, Vol. 3 No. 1, 2022.

Chindy Fransiska, “Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Fee dalam Praktik Jasa Titip Barang Online (Studi Kasus Pada Princessist Online Shop)”, *Jurnal Prosiding Keuangan dan Pebankan Syariah*, 2019

Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Fatwa DSN No. 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Wakalah bil Ujrah*

Karya Ilmiah dan Penelitian Terdahulu

Nadira Putri Pinasthika, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khususnya Di Kalangan Penggemar Korean Pop (K-POP) Di Indonesia Dalam Pembelian Barang-Barang K-POP Melalui Jasa Titip*” (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021)

Amisah, Skripsi: “*Tinjauan Yuridis Sistem Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Korban Penipuan Tiket Konser*” (Jakarta: Universitas Tarumanegara Indonesia, 2023)

Cholqi Choirunnisa, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Produk Pembelian Jasa Titip (Jastip) Berupa Tiket Konser Melalui Media Twitter Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam*” (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2023)

Fiean Ariestya, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Uang Kembalian Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*”, (Pekanbaru: Universitas Riau, 2015)

Elisabeth Mustika Situmorang, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online*”, (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2019)

Bagas Wigrha Tama, Skripsi: “*Perlindungan Konsumen Atas Pemenuhan Hak Informasi Iklan Diskon Hari Belanja Online Nasional Di Situs Jual Beli Online*”, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, hlm. 101.

Data Elektronik

Dwi Arifin dan M. Ernanda, *Liku-Liku Bisnis Jasa Titip*, terdapat dalam [Liku-liku Bisnis Jasa Titip | SWA.co.id](http://www.swa.co.id). Diakses tanggal 28 Juni 2023

Ginta Ginting, “*Prespektif Baru Pemasaran Pada Sektor Jasa*”, terdapat dalam <http://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/EKMA456802-M1.pdf>. Diakses pada tanggal 26 Juli 2023.

Chris Manning dan Haryo Aswicahyono, “*Perdagangan dan Pekerjaan Di Sektor Jasa Di Indonesia*”, terdapat dalam http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilojakarta/documents/publication/wcms_185239.pdf. Diakses pada tanggal 26 Juli 2023.

Adhim Nur Hkaim dan Edi Setiadi Putra, “*Alternatif Fasilitas Untuk Aktifitas Menonton Konser Musik Outdoor*”, terdapat dalam <https://eproceeding.itenas.ac.id/>, Diakses pada tanggal 26 Juli 2023.

Herniwati, “*Penerapan Pasal 1320 KUHPperdata Terhadap Jual Beli Secara Online (E-Commerce)*”, terdapat dalam https://docplayer.info/31819914-Penerapan-pasal-1320-kuhperdata-terhadap-jual-beli-secara-online-e-commerce-herniwati-sh-mh-dosen-stih-padang-abstrak.html#download_tab_content, Diakses pada tanggal 17 Januari 2024.

Hasil penelitian skripsi oleh mahasiswa UIN Banten, terdapat dalam <http://repository.uinbanten.ac.id/1649/4/BAB%20III%20.....pdf> Diakses pada tanggal 18 Januari 2024.

Agustinus Ranga Respati, “*Simak Cara Lengkap Beli Tiket Presale Coldplay*”, terdapat dalam <https://money.kompas.com/read/2023/05/11/183000026/simak-cara-lengkap-beli-tiket-presale-coldplay-dengan-virtual-account-debit?page=all>, Diakses pada tanggal 17 Maret 2024.

@tiketXid, “*General Rules Jasa Titip Di TiketX*”, Twitter.com, 24 Juli 2023, terdapat dalam <https://x.com/tiketXid/status/168316233817274776?s=20>, diakses pada tanggal 17 Maret 2024.



FAKULTAS
HUKUM

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 90/Perpus-S1/20/H/III/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 : IRENE AZIZAH
No Mahasiswa : 17410370
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN PEMBELIAN TIKET KONSER K-
POP MELALUI JASA TITIP DI MEDIA SOSIAL.

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, 18 Maret 2024 M
8 Ramadhan 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik


M. Arief Satejo Kinady, A.Md