

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan digitalisasi teknologi berlangsung dengan amat pesat dan sangat mempermudah terjadinya perkembangan dunia. Di tengah era globalisasi komunikasi yang semakin terintegrasi (*global communication network*), internet menjadi fenomena populer yang mana menjadikan dunia terasa semakin kecil (*shrinking the world*) serta mengaburkan batas-batas negara baik dalam kedaulatan maupun pada tatanan masyarakat.¹ Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 78,19%.² Dari data tersebut menunjukkan bahwa internet sudah digunakan oleh hampir seluruh warga Indonesia, sehingga secara sadar maupun tidak sadar, internet berdampak pada segala aspek kegiatan manusia.

Segala macam kebutuhan manusia dari kebutuhan primer hingga tersier ikut terdigitalisasi baik dalam penggunaannya hingga cara mendapatkannya. Termasuk didalamnya dunia hiburan terkhusus pada pertunjukan seni musik atau sering disebut konser. Hampir di segala aspek penyelenggaraan konser sudah terpengaruh oleh teknologi digital, salah satunya adalah pendistribusian tiket konser, yang membuat penjualan tiket konser menjadi lebih efektif dan efisien.

¹ Lathifah Hanim, "Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian dalam Perdagangan secara Elektronik (E-Commerce) di Era Globalisasi", *Jurnal Dinamika Hukum*, Edisi Khusus Vol 11, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2011, hlm. 59.

² <https://apji.or.id/berita/d/apji-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, diakses terakhir tanggal 30 April 2024, Pukul 10.42 WIB.

Dewasa ini dapat dilihat bahwa lebih banyak promotor konser musik yang menjual tiketnya sudah secara *online*. Jual beli tiket konser melalui media *online* sangat mempermudah penjualannya sebab konsumen tidak perlu datang ke lokasi penjualan fisik. Konsumen hanya perlu mengakses situs web atau aplikasi resmi penyelenggara konser dan dapat membeli tiket dengan efektif dan efisien. Beberapa contoh platform penjualan tiket yang resmi di Indonesia antara lain seperti Tiket.com, Traveloka, Locket.com, Eventbrite, dan Blibli.com.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia pada tahun 2021 dengan responden 20% kelompok masyarakat berpengeluaran teratas yang menonton konser dalam tiga bulan terakhir proporsinya 52,43%. Sementara itu, terdapat masing-masing 40% responden merupakan masyarakat dengan pengeluaran menengah dan masyarakat dengan pengeluaran terbawah yang menikmati pertunjukan musik memiliki proporsi yang lebih sedikit.³ Dari segi usia, mayoritas berasal dari kelompok usia 16 – 30 tahun dengan proporsi 56,18%, sedangkan pada rentang usia 45 – 59 tahun proporsinya 44,11%, dan untuk usia 60 tahun keatas hanya 33,55%. Maka, dapat disimpulkan bahwa penikmat pertunjukan musik atau konser musik didominasi oleh kelompok usia 16 – 30 tahun. Hal ini dikombinasikan dengan era bonus demokrasi Indonesia dimana 69% penduduk

³ <https://www.hukumonline.com/berita/a/drama-war-tiket-coldplay-dan-sifat-kompulsif-masyarakat-indonesia-lt648943cc0eab9/?page=1>, diakses terakhir tanggal 30 April 2024, Pukul 11.50 WIB.

Indonesia termasuk dalam kategori produktif pada Juni 2022 membuat antusias tinggi pada pembelian tiket konser.⁴

Fenomena yang terjadi di atas menandakan bahwa banyak sekali anak muda yang memiliki antusiasme tinggi terhadap konser musik. Akan tetapi, jika peminat konser musik tidak sebanding dengan ketersediaan tiket akan menimbulkan permasalahan. Permasalahan yang timbul biasanya disebut sebagai *war ticket* atau perang tiket, yang pada umumnya hal ini membuat perolehan tiket menjadi sangat sulit. Adanya permasalahan ini menjadi celah yang dapat dimanfaatkan oleh salah satunya pelaku usaha, yang mana peluang usaha ini cukup memberikan keuntungan. Jenis usaha baru ini disebut sebagai jasa titip tiket konser. Dengan adanya jenis usaha ini membuat konsumen tidak perlu melakukan perang tiket di *web* yang tersedia. Dengan demikian, konsumen dapat memperoleh tiketnya tanpa perlu repot melakukan perang tiket dan tanpa harus mengganggu waktu produktifnya yang mana hal ini dapat dinilai efektif.

Perlu diketahui bahwa pemanfaatan jasa titip tiket konser dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) atau dapat dilakukan juga dengan menggunakan media komunikasi secara *online*. Pada umumnya jasa titip tiket konser dilakukan secara *online*, sehingga tidak ada tatap muka atau pertemuan secara fisik antara pengguna jasa dan penyedia jasa titip. Mulanya pihak penyedia jasa titip tiket konser akan melakukan penawaran atau melakukan promosi setelah pemberitahuan

⁴ <https://www.hukumonline.com/berita/a/drama-war-tiket-coldplay-dan-sifat-kompulsif-masyarakat-indonesia-lt648943cc0eab9/?page=1>, diakses terakhir tanggal 30 April 2024, Pukul 11.50 WIB.

konser yang diinformasikan oleh pihak promotor. Pengguna jasa yang tertarik menggunakan jasa titip tersebut akan melakukan transaksi dengan menyepakati tiket yang diinginkan, harga, memberikan data pribadinya kepada pihak penyedia jasa guna pembelian tiket konser, dan penyelesaian transaksi dengan diberikannya tiket yang dipesan tersebut.⁵

Mengenai pengusahaan pengadaan tiket konser yang dipesan, identitas yang digunakan adalah milik pihak pengguna jasa titip. Identitas tersebut meliputi data diri yang terdiri dari nama lengkap, nama akun sosial media, nomor HP, alamat, NIK, dan *e-mail*. Selanjutnya, untuk modal yang digunakan untuk pengadaan tiket diperoleh dari pihak pengguna jasa titip. Jadi, pihak penyedia jasa titip hanya bermodalkan koneksi internet, alat elektronik, dan kepiawaian dalam melakukan perang tiket (*war ticket*).

Kesepakatan yang terjalin antara pihak penyedia jasa titip dengan pihak pengguna jasa titip dalam konstruksi hukum perdata dinamakan sebagai bentuk perjanjian pemberian kuasa membeli. Perjanjian pemberian kuasa tercantum dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pada Pasal 1792 menyatakan bahwa perjanjian pemberian kuasa adalah suatu perjanjian dengan mana seorang memberikan kekuasaan kepada seorang lain, yang menerimanya untuk atas namanya menyelenggarakan suatu urusan. Oleh karena itu, pihak penyedia jasa titip disebut sebagai penerima kuasa, sedangkan pihak pengguna jasa disebut sebagai

⁵ Namia Media K. A, Faridhian A., “Cerita Para ‘Jastip’ Tiket: Pertukaran Sosial dalam Fenomena *Ticket War*”, *Jurnal Publish*, No. 2 Vol.2, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila, 2023, hlm. 134.

pemberi kuasa. Pada perjanjian pemberian kuasa ini dilakukan secara lisan melalui media *chatting (Direct Message)* di media sosial. Pembreian kuasa ditandai dengan pihak pengguna jasa menyerahkan data pribadinya guna pembelian tiket.

Kesepakatan yang terjalin diantara pemberi kuasa dengan penerima kuasa tersebut menunjukkan bahwa masing-masing pihak telah berjanji untuk melaksanakan prestasi. Bagi penerima kuasa wajib untuk melakukan pengadaan tiket konser yang sudah disepakati dan memberikan tiket tersbeut kepada pemberi kuasa. Kewajiban bagi pemberi kuasa adalah memberikan sejumlah uang sesuai harga tiket dan upah jasa yang diberikan.

Peluang usaha jasa titip tiket konser ini ternyata memiliki banyak peminat dalam penggunaannya. Hal ini memberikan peluang bagi para penerima kuasa untuk melakukan tindakan yang tidak bertanggung jawab. Perilaku tidak bertanggung jawab tersebut mengakibatkan hak pemberi kuasa tidak terpenuhi. Bentuk pemenuhan hak tersebut berupa melakukan penyerahan tiket konser kepada konsumen sesuai dengan kesepakatan dua pihak.

Tidak terpenuhinya hak pemberi kuasa tersebut melahirakn kewajiban bagi penerima kuasa untuk memberi tanggung jawab kepadanya. Di Indonesia perlindungan secara hukum kepada pemberi kuasa yang dilaksanakn melalui media *online* sudah tertulis di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Teknologi Elektronik (UU ITE).

Transaksi jasa titip beli dilakukan melalui media *online* di media sosial Instagram dan X. Transaksi yang dilakukan melalui media sosial lebih riskan dibandingkan dengan transaksi jual beli yang dilakukan melalui *e-commerce* karena media sosial merupakan sistem elektronik yang digunakan untuk berkomunikasi. Penulis menemukan di sosial media X dengan akun bernama @juhyunprettys. Dalam wawancara, @juhyunprettys menyebutkan bahwa temannya memutuskan membeli tiket konser penyanyi solo asal Korea Selatan, IU dalam IU H.E.R World Tour Concert. Ia menggunakan penyedia jasa titip tiket konser melalui media sosial Instagram dengan nama akun @jastipticket57 dan memesan dua tiket di *section* CAT 3. Ketentuan yang diberikan oleh @jastipticket57 adalah melakukan pembayaran di muka sebanyak Rp 200.000,- (dua ratus ribu rupiah) per tiket. Maka, total uang muka yang ditransfer adalah Rp 400.000,- (empat ratus ribu rupiah). Namun, ketika korban meminta persetujuan pesanan (*order approval*) konsumen justru diblokir oleh @jastipticket57.⁶

Kasus serupa juga diungkapkan oleh aplikasi X dengan nama akun @jeyonghlee yang menceritakan bahwa temannya menggunakan jasa titip war tiket konser SM TOWN melalui media sosial Instagram dengan nama pengguna @jastip.kpopconcert. pesanan yang diminta adalah tiket konser di *section* CAT 5 dengan total harga Rp 2.100.000,- (dua juta seratus ribu rupiah) yang mana harga tersebut sudah termasuk dengan upah jasa yang diberikan. Setelah konsumen setuju mengenai harga yang diberikan, maka diarahkan untuk mengisi data pribadi guna pembelian tiket. Data diri yang diperlukan adalah nama, nama akun Instagram,

⁶ Wawancara dengan Icha pemilik akun @juhyunprettys, tanggal 15 Mei 2024.

nomor HP, alamat, NIK, dan e-mail. Setelah itu, konsumen diminta untuk melakukan transfer sejumlah uang yang telah disepakati. Setelah dikirimkannya bukti pembayaran/transfer konsumen akan diberi informasi perkembangan tiket yang dipesan. Namun, ternyata @jastip.kpopconcert menyatakan bahwa ia tidak mendapatkan tiket pesanan konsumen. Konsumen berupaya untuk mendapatkan pengembalian uang mengingat @jatip.kpopconcert menyatakan bahwa jika ia tidak mendapatkan tiket seperti yang dipesan, maka ia akan memberikan pengembalian uang yang telah ditransfer. Namun, hingga hari berikutnya tidak ada iktikad baik yang ditunjukkan oleh pihak penyedia jasa (@jastip.kpopconcert).⁷

Hal serupa juga dialami oleh pemilik akun X dengan nama pengguna @herfinitha bahwa ia menggunakan jasa titip war tiket untuk mendapatkan tiket konser girl group korea selatan bernama Aespa di aplikasi X. Penyedia jasa yang bersedia membantunya adalah @g0tdrvnk dengan penawaran biaya jasa Rp 100.000,- (seratus ribu rupiah), menggunakan data pribadi, dan melakukan pembayaran tiket secara mandiri. Pertama, @herfinitha diminta untuk melengkapi data diri, selanjutnya ia diminta memeriksa e-mail pribadinya untuk melihat tagihan biaya tiket yang sudah dipesan. Saat itu @herfinitha merasa aman sebab e-mail yang digunakan benar miliknya dan tiket yang dipesan juga menggunakan namanya. Setelah melakukan pembayaran tiket sebesar Rp 3.350.000,- (tiga juta tiga ratus lima puluh ribu rupiah), ia mengirim bukti pembayaran kepada penyedia jasa, dan ia diminta untuk menunggu. Namun, setelah beberapa saat @herfinitha

⁷ *Thread* aplikasi X penpiuan jasa titip tiket konser SM TOWN di akun @jeyonghlee, diakses pada tanggal 3 Oktober 2024, Pukul 21.17 WIB.

ingin mengikuti perkembangan tiket yang dipesannya, tetapi tidak ada tanggapan serta ia tidak dapat menghubungi penyedia jasa dan akun @g0tdrvnk sudah hilang.⁸

Uraian tersebut diatas menunjukkan bahwa walaupun peraturan mengenai hak-hak konsumen sudah ada, tetapi jaminan terlaksananya pedoman ini sebagaimana mestinya belum ada. Hal ini dikarenakan salah satu pihak sering sekali menghindari tanggung jawab. Nyatanya, menghindari atau menyelesaikan permasalahan yang muncul pada jual beli jasa titip tiket konser secara *online* sering berlalu begitu saja.

Dengan latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai perlindungan hukum bagi terhadap korban pengguna jasa titip tiket konser dengan merujuk KUHPdata dan UU ITE serta bagaimana tanggung jawab pihak penyedia jasa titip tiket selaku penerima kuasa akibat kerugian yang dialami oleh pengguna jasa titip tiket atau pemberi kuasa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi korban penyedia jasa titip tiket konser yang tidak mendapatkan haknya?
2. Bagaimana tanggung jawab pihak penyedia jasa titip tiket konser terhadap korban yang tidak mendapatkan haknya?

⁸ *Thread* aplikasi X penipuan jasa titip tiket konser Aespa di akun @herfinitha, diakses pada tanggal 8 Oktober 2024, Pukul 21.14 WIB.

C. Tujuan Penelitian

Searah dengan alasan penulis mengangkat judul dan permasalahan yang telah dikemukakan, maka dengan ini penulis ingin melakukan penelitian yang garis besarnya memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum bagi para pengguna jasa titip tiket yang tidak mendapatkan haknya dalam transaksi pembelian tiket konser secara daring.
2. Untuk menganalisis pertanggungjawaban penyedia jasa titip tiket konser pada transaksi jasa titip tiket konser akibat tidak menyerahkan tiket konser.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat ditinjau secara teoritis maupun secara praktis, yang diantaranya sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penulis berharap hasil dari penelitian dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum terutama dalam pengembangan perlindungan hukum bagi para pengguna jasa titip tiket konser secara *online* serta dalam bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh penyedia jasa titip tiket konser secara *online* atas tidak terpenuhinya hak pengguna jasa titip tiket konser.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa sumbangan pemikiran sebagai bahan masukan terhadap perlindungan hukum bagi para pengguna jasa titip tiket konser secara *online* serta dalam hal tanggung jawab penyedia jasa titip tiket konser akibat tidak terpenuhinya hak para pengguna jasanya.

E. Orisinalitas Penelitian

Judul penelitian yang diambil adalah Perlindungan Hukum terhadap Korban Pengguna Jasa Titip Tiket secara *Online* yang merupakan karya saya tetapi tidak sepenuhnya merupakan hasil pemikiran sendiri. Melainkan terdapat pemikiran-pemikiran pihak yang memiliki kesamaan yaitu menganalisis tentang perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *online*. Kekhususan penelitian ini mengenai perlindungan hukum bagi para korban yang menggunakan jasa titip tiket konser dalam transaksi jual beli melalui jasa titip tiket konser secara *online*.

Penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang kemudian dijadikan sebagai referensi dalam mengkaji teori penulis dan menunjukkan bahawa penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai perbedaan dengan penelitian sebelumnya, sehingga dapat dipastikan keasliannya. Adapun penelitian terdahulu yang dimaksud adalah:

Judul	Penulis	Jenis Penelitian	Muatan Materi
Perlindungan Hukum Konsumen Masalah Hak Informasi Dalam Transaksi Jual-Beli Produk Fashion secara Daring	Rihhadatul'aisy	Skripsi	Penelitian ini bertujuan untuk memahami perlindungan hukum bagi konsumen mahasiswa pada produk fashion dalam transaksi jual-beli <i>online</i> dan memahami bagaimana tanggung jawab pelaku usaha jual-beli <i>online</i> produk fashion sebagai bentuk ganti rugi yang diakibatkan dari informasi yang tidak sesuai. Penelitian ini merupakan penelitian hukum yuridis empiris dengan objek

			<p>penelitian tentang perlindungan hukum terhadap konsumen produk fashion yang mengalami kerugian akibat pelaku usaha tidak memberikan informasi yang tidak sesuai.</p> <p>Teknik pengumpulan data berupa studi pustaka dan menggunakan angket atau kuesioner, sedangkan perbedaannya adalah selain menggunakan studi kepustakaan juga menggunakan wawancara tanya jawab secara langsung dan tidak langsung. Perbedaan lainnya juga terletak pada jenis penelitian yang mana peneliti menggunakan yuridis normatif dan memiliki fokus pada perlindungan hukum terhadap korban jasa titip tiket konser secara <i>online</i>.</p>
<p>Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Membeli Tiket dari Calo melalui E-Commerce</p>	Ariq Rifqi Aziz	Skripsi	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap masyarakat pembeli tiket dari calo melalui E-Commerce serta mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan oleh masyarakat terhadap calo tiket yang melakukan prestasi melalui E-Commerce.</p> <p>Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian ini adalah pada objeknya yaitu</p>

			perlindungan hukum terhadap konsumen yang membeli tiket. Namun, terdapat perbedaan pada pelaku usaha, penelitian ini berfokus pada tiket yang dijual melalui calo dengan media <i>E-Commerce</i> , sedangkan penulis berfokus pada jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan tiket konser pada saat perang tiket. Perbedaan lainnya juga terletak pada metode penelitian yaitu yuridis empiris, sedangkan penulis menggunakan yuridis normatif.
Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen	Shakira Idelia	Jurnal	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hukum perlindungan hukum di Indonesia dan menganalisis penerapan hukum perlindungan konsumen atas kasus penipuan tiket konser dan dampaknya pada perekonomian berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Persamaan dengan penulis ada pada metode penelitiannya yaitu metode penelitian normatif. Perbedaannya adalah pada instrumen hukum yang digunakan untuk menganalisis. Penulis juga menggunakan KUHPerduta dan UU ITE.

<p>Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online</p>	<p>Indira Putri Mahesti</p>	<p>Jurnal</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana perlindungan hukum terhadap pengguna jasa titip <i>online</i> bila terjadi cacat produk serta bagaimana pertanggungjawaban penjual pada barang dagang yang cacat produk. Pada penelitian ini memiliki kesamaan menggunakan metode pendekatan perundang-undangan, tetapi penulis juga menggunakan pendekatan konseptual. Selain itu, terdapat perbedaan pada objek penelitian yang mana penulis memiliki korban pengguna jasa titip tiket konser sebagai objeknya.</p>
<p>Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Melakukan Penggunaan Jasa Titip Barang secara Online</p>	<p>Alpheratz Uzhma Fatria</p>	<p>Jurnal</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen jika mengalami kerugian terhadap penggunaan jasa titip barang secara <i>online</i> dan menganalisis akibat hukum terhadap hukum perjanjian barang yang telah dibeli konsumen melalui jasa penitipan barang <i>online</i> ternyata barang palsu. Metode pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan yuridis normatif dengan teknik yang merujuk pada alur pemikiran umum atau menyeluruh (<i>general logic</i>) dan gagasan teoritis</p>

			<p>(<i>theoretic perspectives</i>). Perbedaannya terdapat pada objek penelitian yang mana peneliti mengambil jasa titip barang <i>online</i> secara keseluruhan sedangkan penulis lebih spesifik yaitu pada jasa titip tiket konser secara <i>online</i>.</p>
<p>Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser dari Pelaku Usaha melalui Media Sosial ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen</p>	<p>Elisabeth Haryani</p>	<p>Jurnal</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum yang didapat oleh konsumen dalam transaksi jual beli jasa titip melalui media sosial yang tidak sesuai dengan kesepakatan dan untuk mengetahui bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang tidak mendapatkan tiket konser.</p> <p>Metode yang digunakan pun sama yaitu metode penelitian normatif.</p> <p>Perbedaan terdapat pada instrumen perundang-undangan yang digunakan yaitu menggunakan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai acuan analisis. Sedangkan penulis menggunakan KUHPerdara dan Undang-Undang ITE.</p>

F. Kerangka Teori

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merupakan salah satu upaya untuk memastikan supaya subjek hukum memperoleh hak-haknya. Subjek hukum yang dimaksud adalah perorangan maupun badan hukum. Mereka memiliki hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan hukum, sebagaimana tertuang dalam Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi bahwa “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum.”

Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.⁹ Perlindungan hukum diberikan untuk subjek hukum baik yang bersifat preventif maupun represif. Perlindungan hukum merupakan suatu gambaran dari fungsi hukum yang memiliki konsep bahwa hukum memberikan keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan kedamaian.¹⁰

Perlindungan hukum memiliki cakupan dari sangat luas, salah satu diantaranya yaitu Hukum Konsumen. Menurut Az Nasution, Hukum Konsumen terdiri dari rangkaian perundang-undangan yang mengatur tentang perilaku orang dalam

⁹ Roberto Ranto, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik*, dikutip dari Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum* (UI Press 1984), hlm. 133.

¹⁰ Roberto Ranto, “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui Media Elektronik”, *Jurnal Ilmu Hukum Alethea*, Edisi No. 2 Vol.2, Fakultas Hukum Universitas Kristen Satya Wacana, 2019, hlm. 148.

pergaulan hidup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Sehingga hal ini menjadikan perlindungan konsumen merupakan bagian dari Hukum Konsumen.¹¹ Perlindungan konsumen sendiri lahir dengan fungsi menyeimbangkan kedudukan antara konsumen dengan pelaku usaha atau dengan siapa mereka berhubungan dan saling membutuhkan.¹² Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Pasal 1 angka 1 UUPK menjelaskan mengenai perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen ditujukan supaya masyarakat tidak mengkonsumsi atau menggunakan produk barang dan/atau jasa yang dapat membahayakan keselamatan, kesehatan, dan lain sebagainya.¹³

Cakupan yang dimiliki perlindungan konsumen cukup luas yang meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, dimulai dari tahap mendapatkan barang dan jasa hingga akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.¹⁴ Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang terdiri dari 2 (dua) aspek yaitu:¹⁵

1. perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati, dan

¹¹ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm.64.

¹² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Ctk. Pertama, Daya Widya, 1999, hlm.16.

¹³ Wiwik Sri Widiarty, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, PT Komodo Books, Depok, hlm 9 – 10.

¹⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm. 22.

¹⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* dikutip dari Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993 hlm. 152.

2. perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Prinsip atau asas hukum merupakan dasar pemikiran untuk membentuk suatu sistem hukum. Perlindungan konsumen didasari oleh lima asas sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 2 UUPK, yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, dan asas kepastian hukum.

Pengertian mengenai konsumen berada dalam Pasal 1 angka 2 dengan bunyi 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. Antara konsumen dengan pelaku usaha yang telah bersepakat melahirkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Adapun hak konsumen berdasarkan Pasal 4 UUPK adalah sebagai berikut:

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

- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk 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 ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Konsumen memiliki kewajiban yang sudah tertera dalam Pasal 5 UUPK, yaitu:

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

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Hak yang dimiliki oleh pelaku usaha menurut Pasal 6 UUPK adalah sebagai berikut:

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

Selain hak yang didapatkan, berdasarkan Pasal 7 UUPK, pelaku usaha memiliki kewajiban, yaitu:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam UUPK yang dimaksud pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku usaha diwajibkan untuk memenuhi pertanggungjawaban kepada konsumen jika perbuatannya telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen. Maksudnya pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Pelaku usaha yang menyebabkan kerugian pada konsumen dan telah terbukti akan kerugian tersebut dibebankan tanggung jawab kepada pelaku usaha dengan memberikan ganti kerugian berupa:¹⁶

¹⁶ Pasal 19 UUPK

1. pengembalian uang;
2. penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya;
3. perawatan kesehatan; dan
4. memberikan santunan.

Konsumen yang hak serta kepentingannya dilanggar oleh pelaku usaha dapat mengajukan gugatan berdasarkan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum sesuai dengan prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum Perlindungan Konsumen. Prinsip-prinsip pertanggung jawaban tersebut antara lain tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*), tanggung jawab product (*product liability*), tanggung jawab professional (*professional liability*), dan tanggung jawab mutlak (*strict liability*).¹⁷

3. Jasa Titip *Online*

Jasa titip atau sering disebut dengan jastip merupakan pekerjaan pada bidang jasa yang mana orang tersebut membelikan barang sesuai dengan permintaan konsumen. Barang yang dapat dititipkan pembeliannya kepada jasa titip seperti barang *branded*, pakaian, *make up*, *skincare*, barang elektronik, bahkan tiket konser. Umumnya proses pembayaran ditetapkan oleh pihak jasa titip, baik dari segi upah jasa maupun modal yang digunakan untuk membeli barang titipan.

Jasa titip terdapat dua jenis yaitu jasa titip beli dan jasa titip jual. Jasa titip beli sendiri memiliki sistem dimana konsumen akan “menitipkan” pesannya yaitu barang yang dibutuhkannya kepada orang lain dalam hal ini adalah pelaku usaha

¹⁷ Yohanes Suhardi S, Tesis: *Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang diderita Oleh Konsumen*, (Depok : UI, 2005), hlm. abstract.

jasa titip.¹⁸ Pelaku usaha akan memberitahukan kapan barang akan dibeli, perkiraan barang yang dititipkan akan diserahkan, biaya jasa, pembayaran uang muka yang biasanya sebagai modal pembelian, hingga pelunasan biaya kepada konsumen. Setelah konsumen dan pelaku usaha sepakat, pelaku usaha jasa titip akan menjalankan kewajiban dan tanggung jawabnya yaitu membelikan barang yang dimaksud. Pada hal ini, pelaku usaha akan mendapatkan upah jasanya yang mana upah tersebut berbeda dari harga barang yang dipesan. Singkatnya, jasa titip beli berarti membeli barang yang ditawarkan seseorang atau kelompok dan kemudian membayar upah untuk jasa titip beli. Sistem ini juga berlaku pada jasa titip tiket konser, walaupun beberapa pelaku usaha melakukan modifikasi peraturan.

Kesepakatan untuk menggunakan jasa titip beli dapat dilakukan dengan beberapa metode diantaranya yaitu dapat dilakukan secara langsung dan dapat dilakukan melalui media *online* atau dapat juga disebut jasa titip beli *online*. Proses yang terjadi pada penggunaan jasa titip *online* dilakukan melalui media *online* yang aksesnya menggunakan jaringan internet.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional terdapat dari unsur-unsur penelitian yang berkaitan dengan pembahasan.

1. Jasa titip *online*

¹⁸ Annisa Syaufika Y R, *Tinjauan Yuridis Konstruksi Hukum Perjanjian pada Jasa Titip Beli dan Tlitip Jual*, dikutip dari Agung Widiono, *Jasa Titip Jual Barang Preloved dengan Untung yang Lumayan*, [https://www. agungwidiono.com/jasa-titip-jual-barang-preloved-dengan-untung-yang-lumayan](https://www.agungwidiono.com/jasa-titip-jual-barang-preloved-dengan-untung-yang-lumayan).

Jasa titip merupakan pekerjaan pada bidang jasa yang mana orang atau pelaku usaha tersebut membelikan barang sesuai dengan permintaan konsumen yang dilakukan melalui media *online* yang aksesnya menggunakan jaringan internet. Dalam memanfaatkan jasa titip *online* ini harus timbul kesepakatan di antara konsumen dengan pelaku usaha. Penggunaan jasa akan dikenakan biaya tambahan atau disebut sebagai upah jasa (*fee*) yang berbeda dengan harga barang.

2. Tiket Konser

Tiket atau sering disebut juga dengan karcis adalah surat kecil atau secarik kertas khusus yang merupakan tanda telah membayar ongkos dan sebagainya yang merupakan syarat untuk dapat memasuki suatu acara yang juga dapat berlaku untuk mengikuti atau menyaksikan acara atau menaiki transportasi.¹⁹ Tiket sendiri dapat diperoleh melalui proses elektronik atau lain sebagainya.

Sementara itu, makna kata “konser” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pertunjukan langsung oleh sekelompok pemain musik yang terjadi dari beberapa komposisi perseorangan yang dilakukan di depan umum. Maka, tiket konser dapat diartikan sebagai secarik kertas khusus yang sudah dilakukan pembayaran dan dapat digunakan untuk memasuki serta menyaksikan pertunjukan musik.

¹⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian dari kata “karcis”.

H. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini memberikan gambaran mengenai rancangan penelitian yang meliputi:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan.²⁰ Metode ini meletakkan hukum sebagai sebuah sistem norma, yang mana sistem norma tersebut mengenai asas-asas, norma, kaidah dari perundangan, putusan pengadilan, perjanjian, serta doktrin.²¹

2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perlindungan hukum terhadap korban pengguna jasa titip tiket konser pada transaksi jual beli yang dilakukan melalui jasa titip tiket konser secara *online*.

3. Metode Pendekatan

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Metode perundang-undangan mengacu pada peraturan perundangan yang relevan dengan kasus yang diteliti serta berlaku dalam lingkup nasional. Metode konseptual berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen, sedangkan pendekatan terhadap sistematika hukum akan mengidentifikasi terhadap

²⁰ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif - Suatu Singkat*, Raja Grafindo, 1995, hlm.15.

²¹ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2022, hlm. 34.

pengertian pokok, hak dan kewajiban, dan peristiwa hukum dalam peraturan perundang-undangan.

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penelitian sekunder berupa dokumen yang didapatkan dari studi pustaka. Data sekunder ini terdiri dari:

a. Bahan hukum primer

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
dan
- 4) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

b. Bahan hukum sekunder

- 1) Buku;
- 2) Jurnal;
- 3) Makalah; dan
- 4) Referensi tertulis hukum lainnya yang masih terkait dengan permasalahan penelitian.

c. Bahan hukum tersier

- 1) Kamus; dan
- 2) Ensiklopedia.

5. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data-data serta informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Data dan informasi tersebut sangat berguna sebagai fakta pendukung untuk menjelaskan penelitian. Teknik pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini meliputi:

- a. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dengan memilah data sekunder, kemudian mengklasifikasikan menurut penggolongan bahan hukum, dan kemudian menyusun data hasil penelitian secara runtut, sistematis, dan logis. Maka, akan terlihat keterkaitan antara bahan hukum satu dengan bahan hukum lainnya yang menghasilkan gambaran umum dari hasil penelitian.
- b. Data primer diperoleh melalui wawancara. Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan tanya jawab secara tidak langsung dengan pengguna jasa titip yang tidak mendapatkan haknya atau dengan informan terkait permasalahan guna memberikan keterangan dan informasi yang diperlukan. Hasil wawancara tersebut digunakan sebagai pelengkap data sekunder.

6. Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif dengan menekankan hasil studi kepustakaan. Data yang didapat kemudian akan dipadukan dengan data pustaka dan peraturan yang berlaku yang kemudian dituangkan dalam bentuk uraian sistematis, selanjutnya memperoleh penyelesaian masalah, penarikan kesimpulan secara deduktif yaitu dari umum ke khusus.

I. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdapat 4 (empat) bab dengan sistematika sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN** terdiri dari pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, tinjauan pustaka, definisi operasional, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
2. **BAB II TINJAUAN UMUM** menjelaskan mengenai perlindungan hukum, perlindungan konsumen, pertanggungjawaban pelaku usaha, perjanjian, jual beli, jasa titip *online*, dan jasa titip dalam perspektif islam. Pada bab ini menitik beratkan pada teori yang diperoleh dari bahan hukum yang berhubungan dengan penelitian.
3. **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** menjelaskan mengenai pembahasan dan hasil analisis dari penelitian yang menjadi jawaban dari rumusan masalah penelitian.
4. **BAB IV PENUTUP** merupakan kesimpulan dan saran yang merupakan akhir dari penelitian.