



Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Korban Penipuan Tiket Konser Di Era Digital

Amanda Salsabila Kusumawardana¹

¹Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 20 Mei 2025

Revised: 27 Mei 2025

Accepted: 01 Juni 2025

This study discusses the legal regulations that apply to protect consumers who are victims of concert ticket fraud in the digital era, and identifies the responsibilities that must be fulfilled by business actors. From the results of the study, it was found that technological advances, especially in the music sector, have made it easier for consumers to access but have also provided space for cybercrime, such as ticket fraud. The Coldplay concert ticket fraud case in Indonesia highlights the importance of legal protection even though there are regulations that still face obstacles in their implementation. Therefore, strengthening legal protection is very necessary to ensure security in transactions. There is a Consumer Protection Law (UUPK) and several articles in the Electronic Information and Transactions Law (UU ITE) which are expected to protect consumer rights. However, this legal protection must be supported by consumer awareness and the actions of actors to create a safe transaction ecosystem. The responsibilities of business actors include providing accurate information, ensuring product quality, and maintaining transaction security. Business actors are required to fulfill consumer rights, including providing compensation in the event of a loss.

Keywords: Legal protection, Fraud, Responsibility

(*) Corresponding Author: amanda.salsabilla29@gmail.com

How to Cite: Kusumawardana, A. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Korban Penipuan Tiket Konser Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(6.A), 9-21. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/10542>.

PENDAHULUAN

Manusia pada dasarnya selalu diliputi kebutuhan yang beragam, mulai dari kebutuhan dasar yang sangat diperlukan hingga kebutuhan tambahan yang bertujuan untuk kesenangan semata. Kebutuhan untuk menyenangkan diri ini sering kali diwujudkan dalam bentuk barang atau jasa yang diperoleh melalui perantara (Herawati, Zanuwar Dwi, et al., 2023). Seiring dengan perkembangan zaman, pemenuhan kebutuhan tersebut menjadi semakin mudah dengan adanya kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan. teknologi juga memberikan kemudahan dan berbagai cara baru untuk melakukan aktivitas bagi para penggunanya. Mereka juga sudah menikmati manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan dalam 10 tahun terakhir (Ngafifi, M., 2014).

Salah satu fenomena yang saat ini sedang populer di masyarakat adalah hiburan. Dalam 10 tahun terakhir, teknologi telah memberikan banyak kemudahan, terutama dalam industri musik. Musik menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang dinikmati oleh berbagai kalangan usia, baik tua maupun muda. Musik sendiri merupakan seni yang menggabungkan suara dan ritme untuk

menciptakan ekspresi artistik, serta sering digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan melalui sebuah karya. Salah satu bentuk konsumsi musik yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini adalah konser musik, di mana penggemar dapat menikmati penampilan musisi secara langsung.

Sebagai konsumen yang cerdas, memahami kemajuan teknologi dan regulasi terkait perlindungan konsumen sangat penting. Di era digital ini, akses informasi dan layanan menjadi lebih mudah dengan bantuan perangkat mobile dan internet. Dalam satu dekade terakhir, inovasi teknologi telah membawa banyak keuntungan, terutama dalam industri musik. Layanan streaming seperti YouTube, Spotify, Apple Music, dan YouTube Music, telah memudahkan konsumen untuk mengakses musik dari berbagai penjuru dunia. Popularitas layanan ini juga mendorong permintaan yang semakin tinggi dari para penggemar untuk menyelenggarakan konser di berbagai kota dan negara. Dengan demikian, industri konser musik pun berkembang pesat sebagai respons terhadap permintaan konsumen yang selalu haus akan hiburan.

Permintaan yang tinggi akan tiket konser di Indonesia juga telah mendorong pertumbuhan promotor dan platform penjualan tiket, seperti tiket.com dan loket.com, yang sering digunakan oleh promotor untuk menjual tiket secara online (Zaini, A. Z., 2024). Selain itu, kemudahan akses internet juga meningkatkan popularitas platform e-commerce, berkat faktor praktis, mudahnya metode pembayaran, dan efisiensi waktu yang ditawarkan oleh penjual online. Namun, di balik kemudahan teknologi dan besarnya permintaan konser, tantangan baru juga muncul, seperti penipuan dalam pembelian tiket, terutama melalui media sosial yang menawarkan tiket lewat jasa titip (jastip) untuk menipu konsume. Jastip 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 (Mahesti, I. P., & Laksana, I. G. N. D., 2019). 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 (Azizah, I., 2024). Sayangnya tidak semua penyedia jasa titip tersebut bersikap jujur, sehingga banyak masyarakat yang menjadi korban penipuan. Contohnya adalah kasus penipuan tiket konser Coldplay, di mana sejumlah konsumen tertipu meskipun sudah ada regulasi yang seharusnya melindungi mereka.

Penipuan ini mengakibatkan kerugian yang signifikan bagi konsumen. Dalam hal ini, konsumen berada dalam posisi yang lebih rentan dan membutuhkan perlindungan hukum. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) diharapkan menjadi payung hukum yang melindungi konsumen dari praktik-praktik curang seperti ini. Perlindungan konsumen mencakup berbagai peraturan, tindakan, dan praktik hukum yang dirancang untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen dalam setiap transaksi pembelian barang dan jasa. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta beberapa ketentuan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), menjadi dasar hukum bagi setiap pelaku usaha dalam menjalankan transaksi, baik secara konvensional maupun digital (Paryadi, D., 2018).

Meskipun peraturan perlindungan konsumen telah diberlakukan, pada praktiknya masih banyak pelanggaran yang terjadi, di mana pelaku usaha sering kali tidak mematuhi ketentuan yang ada, sehingga merugikan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli tiket konser sangat

penting, terutama di era digital ini. Beberapa ketentuan dalam UU ITE juga relevan untuk mengatasi masalah penipuan online, khususnya dalam pembelian tiket konser.

Selain itu, dalam konteks hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen juga harus diperjelas. Pelaku usaha wajib memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen, termasuk kewajiban untuk memberikan kompensasi jika terjadi kerugian. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha harus memberikan ganti rugi atau kompensasi atas kerugian yang dialami konsumen, termasuk pengembalian dana jika produk atau jasa yang dijanjikan tidak terpenuhi.

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis Normatif. Soerjono Soekanto menyebutkan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka (Soerjono, S., & Sri, M., 2010). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis terhadap peraturan hukum yang mengatur perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya konsumen yang menjadi korban penipuan tiket konser di era digital.

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen hukum, peraturan perundang-undangan, dan bahan pustaka lainnya. Pengumpulan data dilakukan dengan memeriksa sumber-sumber yang relevan, seperti jurnal akademik, tesis, dan buku ilmiah yang membahas perlindungan hukum bagi konsumen. Fokus utama penelitian ini adalah mengkaji berbagai regulasi dan aturan yang berlaku untuk melindungi konsumen dari penipuan tiket konser di era digital, sehingga dapat diperoleh gambaran lengkap mengenai langkah-langkah hukum yang dapat diambil untuk melindungi konsumen dalam konteks tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum Yang Berlaku Saat Ini Dalam Memberikan Perlindungan Bagi Konsumen Yang Menjadi Korban Penipuan Tiket Konser Di Era Digital.

Secara umum dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, kedudukan konsumen sangat lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha (Atsar, A., & Apriani, R., 2019). Karena konsumen berada dalam posisi yang lemah, maka konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum. Tujuan dari perlindungan ini adalah untuk melindungi masyarakat secara umum. Perlindungan terhadap konsumen yang menjadi korban tindak pidana penipuan secara jelas telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Korban tindak pidana penipuan sudah pasti mendapatkan perlindungan dengan adanya pemidanaan pelaku penipuan dan mendapatkan ganti kerugian sebagaimana tercantum pada Pasal 27 sampai Pasal 37 UU ITE yang memberikan hak kepada korban untuk menempuh jalur pidana dalam penyelesaian kasus. Namun meskipun sudah ada regulasi yang mengatur tindak pidana penipuan, sejatinya praktik penipuan oleh pelaku usaha masih sering terjadi hingga saat ini.

Seperti halnya dalam hal tiket konser, tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap konser membuka peluang besar bagi pelaku bisnis jasa titip tiket konser.

Jasa titip tiket konser menjadi salah satu bentuk layanan yang banyak ditawarkan saat ini. Namun, tidak semua penyedia jasa titip tiket konser bersikap jujur. Antusiasme yang tinggi, terutama di kalangan anak muda, sering dimanfaatkan oleh para penipu untuk menjalankan aksi mereka, sehingga banyak masyarakat yang menjadi korban. Terdapat berbagai macam cara yang dilakukan oleh pelaku untuk melakukan kejahatan penipuan seperti menciptakan modus, menggunakan identitas palsu, dan memasang iklan yang tampak meyakinkan. Pertama, modus yang umum digunakan biasanya melibatkan penawaran layanan COD di temoat konser dengan harga tiket normal dan biaya jasa rendah. Kedua, pelaku sering menggunakan identitas palsu atau milik orang lain, seperti KTP atau SIM. Ketiga, mereka memasang iklan yang terlihat autentik, dengan mencantumkan tanggal dan waktu diselenggarakannya konser, promotornya siapa, dan sebagainya untuk meyakinkan korban.

Pada dasarnya tiket konser yang telah dibeli oleh konsumen melalui jasa titip merupakan bagian dari perjanjian jual beli. Perjanjian ini melahirkan kesepakatan antara penjual dan pembeli yang selanjutnya menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak. Apabila seorang pengusaha dan konsumen sepakat atas suatu perjanjian, hal tersebut akan berdampak pada terbentuknya suatu kesepakatan yang kemudian mengikat sebagai undang-undang. Oleh karena itu, konsumen memiliki hak untuk menerima barang atau jasa yang telah disepakati sesuai dengan hak-hak yang diatur dalam pasal 4 UUPK. Meskipun konsumen telah memenuhi segala kewajibannya sesuai dengan rumusan pasal 5, hak-hak konsumen yang tercantum dalam pasal 4 tetap berlaku. Adapun kewajiban konsumen adalah :

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

Seperti yang baru ini terjadi adanya kasus penipuan tiket konser Coldplay yang terjadi tahun lalu di Indonesia. Kejadian ini bermula ketika korban sedang mencari tiket konser dari band asal Inggris tersebut. Kemudian korban menemukan akun Instagram @jastipkonser.coldplay yang diduga dibuat oleh para pelaku untuk menjual tiket konser Coldplay. Tertarik dengan postingan di akun tersebut, korban menghubungi pelaku pada tanggal 13 Mei untuk menanyakan ketersediaan tiket. Namun, pelaku menjawab bahwa tiket sudah habis. Enam hari kemudian, pada tanggal 19 Mei, korban kembali menghubungi pelaku melalui Instagram dan pelaku menyatakan bahwa ada dua tiket konser yang tersedia. Korban kemudian diarahkan untuk melakukan transaksi melalui e-wallet Dana dengan nomor 8528082193692995 sebesar Rp 9 juta. Setelah mentransfer uang, pelaku berjanji akan mengirimkan bukti transfer dan tiket, namun janji tersebut tidak pernah ditepati. Akhirnya, korban melaporkan kejadian ini ke pihak berwajib setelah mentransfer dengan total sejumlah Rp20.350.000 kepada para pelaku, yang kemudian membagi uang tersebut di antara mereka.

Dari uraian kasus diatas dapat dilihat bahwa konsumen telah menjalankan kewajibannya yang sesuai dengan pasal 5 undang-undang perlindungan konsumen namun pelaku usaha jasa titip tidak memenuhi hak konsumen. Adapun Hak konsumen yang telah dilanggar pelaku usaha terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Berhak untuk atas kenyamanan, keamanan, keselamatan dalam menggunakan barang/jasa.
2. Berhak atas informasi yang benar, jujur, dan jelas mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
3. Berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau pergantian apabila barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.

Selain itu, pelaku usaha juga melanggar kewajibannya pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Maka dari itu para korban konsumen tidak mendapatkan barang/ jasa yang sudah disepakati. Padahal pada UU Perlindungan Konsumen pasal 4 angka 5 yang berbunyi “ Hak untuk mendapatkan perlindungan, advokasi, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut”. Maka para korban membutuhkan perlindungan agar memenuhi hak konsumen tersebut (Choirunnisa, C., Humaeroh, N. S., & Fitriani, R. E., 2023).

Perlindungan konsumen bertujuan agar dapat memberi kepastian hukum kepada konsumen yang tidak mendapatkan haknya. Hukum perlindungan konsumen bagi pembeli adalah hal yang sangat penting atau utama dalam kegiatan transaksi jual beli, karena dapat menghasilkan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian-kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen (Apandy, P. A. O., & Adam, P. (2021). Hal tersebut terbentuk ketika konsumen membeli barang atau menggunakan jasa yang disediakan pelaku usaha. Dengan adanya hukum ini juga pembeli mendapatkan hak barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak penjual selaku pelaku usaha (Atalarik, et al., 2022).

Dalam kasus tersebut, konsumen memiliki opsi untuk mengajukan tuntutan secara hukum ke pengadilan umum atau menggunakan alternatif penyelesaian di luar sistem peradilan. Berdasarkan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan melalui pengaduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang ada di setiap kabupaten/kota. BPSK akan memproses pengaduan tersebut dan mencoba menyelesaikannya dengan secara adil dan objektif berdasarkan kesepakatan sukarela dari kedua belah pihak. Selain itu, Konsumen yang merasa dirugikan juga dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga Lembaga Perlindungan Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Meskipun perlindungan hak-hak konsumen telah diatur dalam dokumen hukum khusus tentang hak dan kewajiban, tetapi tingkat kesadaran konsumen mengenai hak-hak tersebut masih rendah. Selain itu, meskipun lembaga perlindungan dan penyelesaian sengketa konsumen telah dibentuk tetapi keterlibatan konsumen dalam memanfaatkan lembaga-lembaga ini masih minim. Pemahaman masyarakat mengenai perlindungan konsumen, terutama dalam transaksi jual beli melalui sistem elektronik, juga masih lemah.

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 80 yang menderita kerugian atau haknya tidak terpenuhi (ugrahaningsih, W., & Erlinawati, M. (2017). LPKSM memiliki misi untuk

membantu konsumen memperjuangkan haknya, tidak hanya untuk membantu konsumen, tetapi sebagai berikut:

1. Konsultasi bagi konsumen yang membutuhkan.
2. Berkoordinasi dengan instansi terkait untuk melindungi kepentingan konsumen.
3. Menyampaikan informasi untuk meningkatkan kesadaran kepada konsumen berupa hak dan kewajiban berhati-hati dalam penggunaan/konsumsi barang dan jasa,
4. Dukungan konsumen seperti menerima pengaduan atau keluhan dalam memperjuangkan hak-haknya.

Selain itu, berdasarkan kasus tersebut, tindakan yang dilakukan pelaku merupakan tindak pidana penipuan berbasis elektronik. Mengingat transaksi jual beli online dilakukan melalui media elektronik, maka pelaku usaha juga melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik. Pelanggaran ini khususnya terkait dengan Pasal 28 ayat (1), yang mengatur bahwa setiap orang yang dengan sengaja atau lalai menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan yang mengakibatkan kerugian pada konsumen, dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Dalam era digital, kompleksitas penipuan tiket konser meningkat seiring dengan perkembangan teknologi. Kasus seperti penipuan tiket konser Coldplay menunjukkan bahwa penegakan hukum perlu diperkuat untuk melindungi konsumen secara efektif. Saat ini, meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) sudah ada, efektivitas implementasi hukum masih menjadi tantangan. Penegakan hukum terhadap pelaku penipuan sering terhambat oleh sulitnya melacak identitas pelaku, terutama ketika mereka menggunakan identitas palsu atau menyembunyikan jejak digitalnya melalui teknologi enkripsi atau jaringan virtual pribadi (VPN).

Oleh karena itu, aparat penegak hukum perlu dilengkapi dengan keterampilan dan teknologi mutakhir untuk melacak dan menangkap pelaku penipuan online. Pemerintah dapat bekerja sama dengan perusahaan teknologi dan platform media sosial untuk mengidentifikasi akun-akun yang mencurigakan serta mengawasi aktivitas yang berpotensi merugikan konsumen. Melalui penggunaan big data dan kecerdasan buatan (AI), aparat penegak hukum dapat menganalisis pola transaksi dan perilaku online yang mencurigakan, sehingga penipuan dapat dideteksi lebih dini.

Selain itu, pelatihan bagi aparat penegak hukum mengenai penanganan kejahatan digital juga perlu ditingkatkan agar proses penegakan hukum menjadi lebih cepat dan efektif. Dengan cara ini, konsumen dapat merasa lebih terlindungi dan memiliki akses lebih cepat untuk menuntut keadilan.

Teknologi digital tidak hanya menjadi ancaman bagi konsumen, tetapi juga bisa menjadi alat yang ampuh untuk perlindungan konsumen. Saat ini, beberapa platform penjualan tiket telah menerapkan sistem verifikasi dan keamanan digital seperti menggunakan sistem *blockchain*, yang dapat meningkatkan transparansi dan meminimalisasi risiko penipuan. *Blockchain* dapat mencatat semua transaksi secara permanen, dan ini memungkinkan setiap pembelian tiket untuk dilacak secara real-time, sehingga sulit bagi penipu untuk memalsukan transaksi atau tiket yang dijual.

Platform juga dapat memanfaatkan teknologi verifikasi identitas, seperti penggunaan biometrik atau two-factor authentication, untuk memastikan bahwa

pembeli tiket adalah orang yang sama dengan pemilik akun atau metode pembayaran yang digunakan. Dengan teknologi ini, risiko terjadinya penipuan dapat diminimalkan, karena hanya pembeli yang diverifikasi yang dapat menyelesaikan transaksi. Di samping penegakan hukum yang lebih ketat, diperlukan regulasi khusus yang lebih komprehensif terkait perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli online, terutama yang melibatkan produk dan layanan yang banyak diminati seperti tiket konser. Peraturan ini harus mencakup standar keamanan transaksi online, persyaratan minimum bagi penyedia jasa titip, dan sanksi tegas bagi pelanggaran.

Pemerintah juga dapat mewajibkan platform penjualan tiket online dan jasa titip untuk mendaftarkan diri secara resmi dan memperoleh izin usaha yang sah. Dengan adanya registrasi dan izin usaha ini, otoritas terkait dapat memantau aktivitas penyedia jasa secara lebih efektif dan memverifikasi kelayakan mereka dalam menawarkan layanan kepada konsumen. Selain itu, platform online juga dapat dikenakan tanggung jawab lebih besar dalam memfasilitasi pengaduan konsumen dan membantu proses penyelesaian sengketa jika terjadi penipuan. Salah satu tantangan utama dalam perlindungan konsumen adalah rendahnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka. Banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa mereka memiliki hak untuk melaporkan dan menuntut ganti rugi jika menjadi korban penipuan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) untuk terus melakukan kampanye edukasi konsumen.

Edukasi ini bisa dilakukan melalui berbagai media, termasuk kampanye di media sosial, seminar, dan lokakarya yang melibatkan komunitas muda yang sering menjadi target penipuan tiket konser. Informasi yang disampaikan harus mencakup bagaimana cara mengidentifikasi penipuan online, langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi penipuan, dan cara menggunakan lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) untuk menyelesaikan sengketa. Selain itu, platform penjualan tiket dan e-wallet dapat bekerja sama dengan pemerintah untuk memasukkan edukasi konsumen secara langsung di dalam aplikasi mereka, seperti pemberitahuan otomatis mengenai modus penipuan terbaru atau panduan dalam melakukan transaksi yang aman. Dengan cara ini, konsumen dapat menerima informasi yang relevan dan up-to-date setiap saat.

Meskipun sudah ada lembaga-lembaga seperti BPSK dan LPKSM, masih diperlukan saluran pengaduan digital yang lebih terpadu dan mudah diakses oleh konsumen. Pemerintah dapat mengembangkan aplikasi atau platform pengaduan online khusus yang mengintegrasikan semua lembaga terkait, sehingga konsumen tidak perlu kebingungan memilih saluran pengaduan yang tepat. Aplikasi ini juga dapat dilengkapi dengan sistem pelacakan, sehingga konsumen dapat memantau perkembangan laporan mereka secara real-time, memberikan rasa aman dan kepercayaan lebih pada pemerintah. Perlindungan konsumen di era digital memerlukan pendekatan holistik yang mencakup penguatan regulasi, pemanfaatan teknologi, edukasi konsumen, serta pengembangan saluran pengaduan yang efektif. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan UU ITE telah memberikan dasar hukum yang kuat, implementasi di lapangan masih perlu ditingkatkan untuk memastikan konsumen terlindungi secara optimal dari kejahatan digital seperti penipuan tiket konser. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan praktik penipuan online dapat dikurangi secara signifikan, dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital dapat meningkat.

Bentuk Tanggung Jawab Yang Diberikan Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Menjadi Korban Penipuan Tiket Konser

Dalam setiap perjanjian jual beli barang dan jasa seperti jual beli online tentunya akan ada hubungan hukum antara pihak penyedia jasa dan pembeli, hubungan ini juga mencakup tanggung jawab antara produsen dan konsumen. Namun, tanggung jawab terbesar terletak pada penjual untuk melindungi pelanggannya, ketika pelaku usaha selaku penjual tiket konser tidak memberikan barang/jasa yang dipesan dan sudah dibayar oleh konsumen maka pelaku usaha wajib bertanggung jawab. Aspek tanggung jawab ini berlaku untuk semua jenis pelaku usaha, walaupun pelaku usaha berbentuk perseorangan bukan berbentuk badan hukum maka tetap wajib untuk bertanggung jawab terhadap konsumen atas perbuatan yang merugikan konsumen. UUPK Pasal 1 memberikan pengertian mengenai pelaku usaha. Pelaku usaha adalah setiap orang/badan usaha baik badan hukum ataupun bukan badan hukum yang berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Republik Indonesia. Jadi dalam hal ini walaupun subjek komersialnya adalah individu tidak berbentuk badan hukum tetap bertanggung jawab kepada konsumen apabila terjadi perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Hal ini karena para pemain yang bertransaksi pada dasarnya mencari keuntungan semaksimal mungkin, sehingga mengakibatkan lemahnya posisi klien dalam bertransaksi. Selain itu, konsumen telah menjalankan kewajibannya yaitu harus membayar sejumlah yang telah disepakati dalam kontrak jasa pengiriman dan ongkos angkut yang ditentukan belum termasuk biaya dan biaya pengiriman barang yang diinginkan oleh konsumen, maka dengan ini pelaku usaha juga harus menjalankan kewajibannya.

Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha, juga termasuk tanggung jawab mereka dalam melindungi hak-hak konsumen. Kewajiban ini bertujuan untuk memastikan konsumen mendapatkan perlindungan yang adil sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Hal ini penting agar konsumen tidak dirugikan oleh praktik usaha yang tidak bertanggung jawab dan menciptakan keseimbangan antara hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Adapun kewajiban pelaku usaha, yaitu :

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau

Aspek tanggung jawab pelaku usaha dalam UU Perlindungan Konsumen juga diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28. Tanggung jawab adalah hal

yang wajib dilakukan oleh seseorang yang menyebabkan orang lain mengalami kerugian karena perbuatan orang tersebut. 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 akibat pelayanannya (Sitepu, Y. B., Bachtiar, M., & Fitriani, R., 2016). Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya memiliki tanggung jawab terhadap konsumen atas segala tindakan yang dapat merugikan konsumen.

Berkaitan dengan hal diatas tanggung-jawab pelaku usaha dapat dibagi menjadi 3 yaitu: (Rachman, M. Y., Hanifah, M., & Hasanah, U., 2016).

- a. Bertanggung jawab atas segala informasi yang diberikan
- b. Bertanggung jawab atas produk
- c. Bertanggung jawab atas keamanan produk

Tanggung jawab dapat dilakukan dengan cara memberikan ganti rugi atau kompensasi, yang berdasarkan dalam UUPK Pasal 19 angka 1 yang berbunyi bahwa:

“pelaku usaha wajib untuk memberikan ganti rugi karena merugikan konsumen dan mengakibatkan konsumen tidak dapat menggunakan/mengonsumsi barang/jasa”

Selain itu, Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 juga dapat berupa pengembalian uang (refund) atau mengembalikan jasa yang serupa atau senilai. Hal ini ditegaskan kembali dalam Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 mengatur tentang pelaku usaha yang terbukti merugikan konsumen. Inti pokoknya menunjukkan bahwa beban dan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya.

Akan tetapi, dalam Pasal 19 ayat 4 juga menerangkan mengenai pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana untuk pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. hal tersebut dijelaskan juga bahwa Jika pelaku usaha tetap tidak memberikan ganti rugi maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan UUPK Pasal 62 ayat 2 yang menyatakan : “pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 11,12,13 ayat 1, pasal 14, pasal 16, pasal 17 ayat1 (huruf d dan huruf f) dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun atau pidana denda paling banyak 500 juta.

Untuk memperluas pembahasan tentang tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang menjadi korban penipuan tiket konser, berikut adalah tambahan mengenai aspek hukum perdata dan pidana serta peran lembaga terkait dalam penegakan hak konsumen.

Pada prinsipnya, tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya mencakup aspek hukum perdata tetapi juga mencakup aspek pidana jika ada unsur kesalahan atau kelalaian yang mengakibatkan kerugian konsumen. Dalam konteks penipuan tiket konser, pelaku usaha yang terbukti menipu konsumen dengan menawarkan tiket yang ternyata fiktif atau tidak valid dapat dikenakan tuntutan hukum perdata dan pidana. Secara perdata, Pasal 19 UUPK mengatur bahwa pelaku usaha yang melanggar hak konsumen wajib memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang (refund) atau penggantian barang/jasa yang sejenis atau setara nilainya. Ini adalah langkah pertama dalam proses pemulihan hak konsumen dan menjadi tanggung jawab pelaku usaha untuk mengembalikan kerugian yang dialami

konsumen. Pengembalian ini dilakukan untuk mengembalikan konsumen pada posisi semula (*restitutio in integrum*) sebelum terjadinya kerugian.

Namun, tanggung jawab tidak berhenti pada penggantian kerugian secara perdata saja. Apabila terbukti bahwa pelaku usaha melakukan penipuan secara sengaja, maka Pasal 28 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dapat diberlakukan. Pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana, termasuk penjara, jika ia terbukti secara sengaja menyebarkan informasi palsu yang merugikan konsumen. Hal ini penting untuk menegakkan keadilan dan memberikan efek jera kepada pelaku usaha agar mereka lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya. Selain pengaturan dalam UUPK dan UU ITE, pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha juga diawasi dan difasilitasi oleh lembaga-lembaga terkait, seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Peran kedua lembaga ini sangat penting untuk menjamin hak-hak konsumen terpenuhi.

BPSK adalah lembaga yang dibentuk oleh pemerintah untuk menyelesaikan sengketa konsumen secara adil dan cepat di luar pengadilan. Dalam kasus penipuan tiket konser, konsumen dapat mengajukan keluhan ke BPSK untuk mendapatkan penyelesaian sengketa yang efisien. BPSK memiliki wewenang untuk memediasi, mengadjudikasi, atau memberikan keputusan yang mengikat bagi kedua belah pihak. Selain itu, BPSK juga dapat memerintahkan pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi atau kompensasi yang layak bagi konsumen yang dirugikan. Proses penyelesaian sengketa di BPSK bersifat cepat dan efisien dibandingkan dengan proses di pengadilan umum, sehingga konsumen dapat memperoleh keadilan tanpa harus melewati proses hukum yang panjang dan rumit. BPSK juga bertindak sebagai pihak ketiga yang netral dan independen, sehingga dapat mengurangi potensi konflik yang lebih besar antara pelaku usaha dan konsumen.

LPKSM adalah organisasi non-pemerintah yang bertugas membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya. LPKSM menyediakan layanan konsultasi hukum, advokasi, serta pendampingan dalam proses penyelesaian sengketa konsumen. Dalam kasus penipuan tiket konser, konsumen dapat meminta bantuan LPKSM untuk mendapatkan informasi dan bimbingan mengenai langkah-langkah hukum yang harus diambil. LPKSM juga berperan dalam meningkatkan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka, sehingga mereka dapat lebih waspada dan terinformasi sebelum melakukan transaksi pembelian tiket konser online. Selain penyelesaian sengketa melalui BPSK dan LPKSM, konsumen juga memiliki pilihan untuk mengajukan gugatan di pengadilan. Berdasarkan Pasal 45 ayat (1) UUPK, konsumen yang dirugikan dapat menempuh jalur hukum untuk menuntut haknya. Gugatan ini dapat berupa tuntutan perdata yang diajukan konsumen terhadap pelaku usaha untuk mendapatkan kompensasi atau pengembalian uang. Pengadilan akan menilai apakah pelaku usaha telah melanggar hak konsumen dan mengambil keputusan yang adil untuk memberikan pemulihan yang layak.

Konsumen juga dapat menempuh jalur pidana jika terbukti ada unsur kesengajaan atau kelalaian yang disengaja oleh pelaku usaha yang menyebabkan penipuan. Jalur pidana ini memungkinkan konsumen untuk menuntut pelaku usaha berdasarkan Pasal 378 KUHP tentang penipuan, serta Pasal 28 UU ITE terkait penyebaran informasi palsu atau menyesatkan. Penerapan sanksi pidana bertujuan untuk memberikan efek jera bagi pelaku usaha dan mencegah kejadian

serupa terulang di masa mendatang. Di era digital yang semakin maju, praktik penipuan tiket konser menunjukkan bahwa regulasi perlindungan konsumen perlu terus diperbarui dan diperkuat. Pemerintah harus memastikan bahwa peraturan yang ada dapat menanggulangi modus-modus baru yang digunakan oleh pelaku usaha tidak bertanggung jawab. Kerja sama antara pemerintah, perusahaan teknologi, dan lembaga konsumen perlu diperkuat untuk mengidentifikasi dan menindak cepat pelanggaran yang terjadi di ranah digital.

Platform teknologi, seperti aplikasi penjualan tiket, juga harus diberi tanggung jawab untuk menyediakan mekanisme verifikasi dan keamanan yang lebih ketat, sehingga konsumen terlindungi dari risiko penipuan. Kerja sama antara pemerintah dan platform teknologi ini bisa membantu menutup celah yang kerap dimanfaatkan oleh penipu. Dengan penerapan teknologi verifikasi digital, seperti blockchain atau dua faktor autentikasi, risiko penipuan dapat diminimalisasi dan kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital dapat ditingkatkan. Dalam penanganan kasus penipuan tiket konser, tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya terletak pada aspek perdata (ganti rugi) tetapi juga pada aspek pidana untuk memastikan pelaku tidak lolos dari pertanggungjawaban hukum. Perlindungan konsumen harus dilakukan secara komprehensif melalui regulasi yang kuat, penerapan hukum yang tegas, serta kolaborasi antara lembaga pemerintah, LPKSM, dan penyedia platform teknologi. Dengan demikian, konsumen akan terlindungi dari praktik penipuan, dan pelaku usaha yang bertindak tidak jujur dapat dihukum sesuai dengan hukum yang berlaku, menciptakan ekosistem transaksi digital yang lebih aman dan adil.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaturan hukum di Indonesia, khususnya melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), telah memberikan kerangka hukum untuk melindungi konsumen yang menjadi korban penipuan. Dalam kasus penipuan tiket konser, konsumen memiliki hak atas informasi yang jelas, keselamatan, dan keamanan, serta hak untuk menerima ganti rugi jika terjadi pelanggaran hak tersebut. Namun, meskipun sudah ada peraturan yang mengatur tindakan pidana penipuan, masih banyak kasus pelanggaran yang terjadi, terutama dalam transaksi digital. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun undang-undang telah ada, penerapannya belum sepenuhnya efektif dalam melindungi konsumen dari penipuan, termasuk kasus penipuan tiket konser yang semakin marak di era digital.
2. Dalam konteks jual beli online, pelaku usaha yang terlibat dalam penipuan tiket konser bertanggung jawab penuh kepada konsumen atas kerugian yang dialami. Tanggung jawab ini meliputi penggantian barang atau jasa, kompensasi, dan ganti rugi sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 19 hingga Pasal 28 UU Perlindungan Konsumen. Selain itu, pelaku usaha dapat dikenai tuntutan pidana jika tidak memenuhi kewajiban untuk memberikan kompensasi. Penipuan tiket konser membawa dampak ekonomi negatif bagi konsumen, termasuk kerugian finansial, hilangnya waktu, serta berkurangnya kepercayaan terhadap transaksi elektronik. Oleh karena itu, tanggung jawab pelaku usaha harus diimbangi dengan pengawasan yang ketat dan kesadaran

hukum yang lebih tinggi agar konsumen terlindungi secara efektif dari praktik penipuan yang merugikan.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) sudah ada, implementasi dan penegakannya harus diperkuat. Hal ini termasuk pengawasan lebih ketat terhadap transaksi digital, terutama dalam kasus-kasus penipuan seperti jual beli tiket konser. Pemerintah dan lembaga terkait harus memastikan bahwa pelaku usaha yang beroperasi di dunia digital mematuhi peraturan yang ada, serta menindak tegas pelanggaran.
2. Penipuan dalam transaksi digital sering kali terjadi karena kurangnya pemahaman konsumen tentang hak-hak mereka dan risiko dalam bertransaksi di internet. Oleh karena itu, edukasi dan literasi digital harus ditingkatkan, terutama dalam hal keamanan transaksi dan cara mengidentifikasi modus penipuan online. Program-program ini dapat dilaksanakan oleh pemerintah, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), atau organisasi lain yang fokus pada perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Apandy, P. A. O., & Adam, P. (2021). Pentingnya hukum perlindungan konsumen dalam jual beli. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, 3(1)
- Atalarik, R., Nugroho, A., & Hermawan, S. (2022). PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI PELIHARAAN REPTIL SCARA ONLINE DI SURAKARTA. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 8(2),
- Azizah, I. (2024). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Tiket Konser K-pop Melalui Jasa Titip di Media Sosial* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Herawati, Z. D., Putri, R. S., Nursabila, A., Listari, L., & Mustaqim, M. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser Di Tinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *JURNAL HUKUM PELITA*, 4(2),
- Mahesti, I. P., & Laksana, I. G. N. D. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip Online. *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum*, 7(10), 1-17.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1).
- Nugrahaningsih, W., & Erlinawati, M. (2017). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online. *Surakarta: CV Pustaka Bengawan*.
- Sitepu, Y. B., Bachtiar, M., & Fitriani, R. (2016). *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosumen (Studi Kasus Di Toko Alfamart Kecamatan Sail)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudji. (2010). *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Rajawali Pers.

Zaini, A. Z. (2024). Perlindungan Konsumen dalam Penipuan Transaksi Pembelian Tiket Konser Secara Online. *UNES Law Review*, 6(4).