

Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Dirugikan oleh Penyedia Layanan Jasa Titip Tiket Konser Coldplay melalui Media Sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Faurell Fernanda Kayla*, Neni Sri Imaniyati, Asep Hakim Zakiran

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*faurellfk@gmail.com, neni.sri@unisba.ac.id, asep.hakim@unisba.ac.id.

Abstract. Concert ticket deposit services through social media are in great demand, but many consumers are disadvantaged because business actors do not have good faith. The problems in this study are: (1) How is the legal protection for consumers in concert ticket deposit service transactions through social media based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection? (2) What are the legal remedies that can be taken by consumers who are harmed by Coldplay's concert ticket deposit service providers through social media based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection?. This study uses a normative juridical approach with descriptive analysis specifications. Data were collected through literature studies and interviews, then analyzed qualitatively juridically. The results of the study show that legal protection for consumers based on the UUPK consists of internal and external legal protection, which is preventive and repressive. The weak internal protection is caused by the lack of procedures for implementing agreements that can be legally accounted for, so consumers must be more careful. There are two types of remedies for aggrieved consumers: out of court and through court. Out-of-court remedies can be pursued through alternative dispute resolution, arbitration, and the Consumer Dispute Resolution Board. Meanwhile, legal remedies through the courts include ordinary and extraordinary legal remedies such as appeals, cassations, and reviews.

Keywords: *Legal Protection, Consumers, Legal Remedies.*

Abstrak. Kegiatan usaha jasa titip tiket konser melalui media sosial sangat diminati, namun banyak konsumen dirugikan karena pelaku usaha tidak memiliki itikad baik. Permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jasa titip tiket konser melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen? (2) Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan oleh penyedia layanan jasa titip tiket konser Coldplay melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi deskriptif analisis. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan wawancara, kemudian dianalisis secara yuridis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan UUPK terdiri dari perlindungan hukum internal dan eksternal, yang bersifat preventif dan represif. Lemahnya perlindungan internal disebabkan oleh kurangnya prosedur pelaksanaan perjanjian yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum, sehingga konsumen harus lebih cermat. Ada dua jenis upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan: di luar pengadilan dan melalui pengadilan. Upaya hukum di luar pengadilan dapat dilakukan melalui alternatif penyelesaian sengketa, arbitrase, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Sedangkan upaya hukum melalui pengadilan mencakup upaya hukum biasa dan luar biasa seperti banding, kasasi, dan peninjauan kembali.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Konsumen, Upaya Hukum.*

A. Pendahuluan

Dewasa ini, perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi oleh masyarakat semakin meningkat terutama setelah internet dapat diakses melalui *smartphone*. Munculnya media sosial seperti aplikasi Instagram, Twitter, WhatsApp dan lainnya, meningkatkan fenomena bisnis Layanan jasa titip atau yang disingkat sebagai Jastip. Pelaku usaha yang bergelut pada bidang tersebut memanfaatkan momen penyelenggaraan konser serta *barrier* yang dimiliki oleh konsumen untuk memperoleh tiket konser. Saat ini dapat dikatakan bahwa jasa titip tiket konser merupakan salah satu jenis layanan jasa yang paling diminati, mengingat meningkatnya minat dan partisipasi masyarakat terhadap konser musik selama beberapa tahun terakhir.

Pada umumnya, seorang konsumen memiliki banyak pertimbangan sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk dan/atau jasa, seperti pertimbangan mengenai harga, kualitas atau jenis produk yang kemudian menjadi dasar dalam membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk dan/atau jasa. Ketika konsumen memutuskan untuk mengkonsumsi suatu produk dan/atau jasa maka akan menimbulkan hubungan hukum antara pihak konsumen dengan pihak pelaku usaha atau penyedia jasa sehingga menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Terwujudnya kesepakatan antara konsumen dan pelaku usaha menimbulkan hubungan jual-beli antara para pihak. Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Perdata, hubungan jual-beli merupakan suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Masing-masing pihak yang terlibat dalam hubungan jual-beli memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Hal tersebut sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya ditulis sebagai UUPK). Menurut Pasal 4 UUPK, Konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan produk atau layanan jasa yang mereka peroleh. Selain itu, Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapat dan hak untuk didengar atas keluhan terkait produk atau layanan jasa yang diperoleh. Meskipun undang-undang ini disebut sebagai undang-undang perlindungan konsumen, UUPK tidak hanya mengacu kepada kepentingan konsumen tetapi juga mencakup kepentingan para pelaku usaha.

Permasalahan yang sering terjadi dalam transaksi jual beli yang dilakukan secara *online* melalui media sosial yaitu tidak terlaksananya kewajiban pelaku usaha atau penyedia jasa. Hal tersebut menimpa seorang konsumen pengguna penyedia layanan jasa titip tiket konser berinisial NAFP (25 tahun) dan 60 orang lainnya ketika berlangsungnya konser Coldplay di Indonesia. NAFP dan 60 (enam puluh) orang lainnya mengalami kerugian dengan total nominal mencapai Rp.257.000.000 (dua ratus lima puluh tujuh juta rupiah) yang diakibatkan oleh pelaku usaha penyedia layanan jasa titip tiket konser dengan akun atas nama Fintrove_id pada Instagram dan Twitter. Pelaku dibalik akun tersebut merupakan pasangan suami istri berinisial ABF (22 tahun) dan W (24 tahun). Pelaku membeli akun atas nama @Findtrove_id yang sudah memiliki banyak pengikut dan menjadikan akun tersebut sebagai akun penyedia layanan jasa titip tiket konser, selanjutnya Pelaku dengan sengaja membuat komentar dan testimoni palsu seolah-olah akun tersebut sudah melayani banyak konsumen sehingga mampu menarik perhatian dan meyakinkan calon konsumen yang berburu tiket konser Coldplay.

Selanjutnya, Pelaku pada tanggal 12 Mei 2023 akun twitter atas nama @Findtrove_id memposting tautan yang menawarkan jasa titip tiket Coldplay dengan postingan "Open Jastip war ticket Coldplay music of the spheres Jakarta." Para calon konsumen yang tertarik akan layanan jasa tersebut kemudian diarahkan untuk melanjutkan komunikasi melalui *WhatsApp*. Pelaku penyedia jasa menerapkan sistem *booking slot* dengan tarif sebesar Rp. 50.000 (lima puluh ribu rupiah) per tiket, biaya yang ditangguhkan dianggap sebagai bentuk komitmen konsumen agar memenuhi kewajibannya sampai tahapan akhir proses transaksi, yakni ketika pelaku penyedia jasa berhasil mengamankan tiket untuk konsumen dan konsumen membayarkan sejumlah biaya layanan jasa dan biaya tiket yang ia peroleh. Pelaku

menginformasikan kepada konsumen bahwa pengiriman *e-ticket* akan dilakukan 1 (satu) jam setelah konsumen membayar keseluruhan biaya yang ditanggihkan. Kenyataannya, konsumen yang sudah melakukan pembayaran tidak mendapatkan tiketnya hingga saat ini. Akun yang digunakan oleh pelaku penyedia jasa seketika tidak aktif setelah konsumen melakukan pembayaran sehingga pihak konsumen tidak dapat menghubungi pihak penyedia jasa.

Berdasarkan dari fenomena kasus tersebut, menyebabkan konsumen mengalami kerugian baik secara materil maupun immateril. Adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menekankan agar terwujudnya kepastian hukum dan perlindungan hukum sehingga menunjang kenyamanan konsumen dalam menggunakan suatu produk dan/atau jasa. Akan tetapi dalam pelaksanaannya masih terdapat pelaku usaha yang mengabaikan hak-hak konsumen dan kewajibannya, sehingga menempatkan konsumen dalam posisi yang lemah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jasa titip tiket konser melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?” dan “Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan penyedia layanan jasa titip tiket konser Coldplay melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut

1. Untuk menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jasa titip tiket konser melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
2. Untuk memahami upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan penyedia layanan jasa titip tiket konser Coldplay melalui media sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif analisis. Data penelitian ini dikumpulkan secara studi kepustakaan dan tahap wawancara. Studi kepustakaan ini melibatkan pengumpulan bahan hukum primer seperti, KUHPerdata, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahan hukum sekunder seperti buku-buku literatur dan/atau hasil penelitian serta tulisan para ahli, serta bahan hukum tersier yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Analisis data yang digunakan yaitu yuridis kualitatif.

Bahan yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis yuridis kualitatif, yaitu metode analisis data berupa uraian yang tidak menggunakan rumus matematis atau angka-angka untuk menjawab masalah penelitian. Metode ini digunakan untuk mendapatkan gambaran umum yang mendukung materi penelitian serta menggambarkan dan menjelaskan penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, dalam penelitian ini juga meninjau peraturan yang sudah dipatuhi maupun yang belum oleh pihak Konsumen dan Pelaku usaha, mengingat masih terdapat pelaku usaha yang mengabaikan hak-hak konsumen dan tidak melaksanakan kewajiban dengan semestinya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Jasa Titip Tiket Konser melalui Media Sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kesepakatan berdasarkan perjanjian jual beli yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha dan konsumen melahirkan keterikatan yang dapat dijadikan sebagai sumber atas pemenuhan hak dan kewajiban para pihak. Apabila dilihat dari rangkaian peristiwa kesepakatan perjanjian yang terjadi antara pihak konsumen dengan pelaku usaha terwujud melalui media sosial maka sejak saat itu pula timbul hubungan hukum antara konsumen dengan pihak @Findtrove_id selaku pelaku usaha penyedia layanan jasa titip tiket konser. Hubungan hukum yang timbul

berdasarkan perjanjian tersebut tentunya melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang terlibat sehingga dapat dikatakan bahwa perjanjian tersebut menguntungkan bagi kedudukan konsumen.

Menurut Pasal 1458 KUHP perjanjian jual beli dianggap telah terjadi antara para pihak setelah para pihak mencapai kesepakatan mengenai barang dan harga yang diperjual belikan meskipun barang tersebut belum diserahkan dan harga yang disepakati belum dibayarkan. Pelaku usaha penyedia layanan jasa titip tiket menjual tiket konser dengan sistem *pre-order* sehingga barang yang diperjual belikan belum ada pada saat kesepakatan terjadi. Selanjutnya, konsumen menyetujui untuk membayar sejumlah harga yang telah ditentukan oleh pelaku usaha yang terdiri dari biaya *booking slot* penggunaan jasa, biaya harga tiket yang dibeli dan biaya jasa pembelian tiket.

Berdasarkan hal tersebut terdapat perikatan yang lahir antara para pihak bersumber pada perjanjian yang dilakukan para pihak yaitu pelaku usaha dan konsumen sehingga terdapat perlindungan hukum bagi para pihak, apabila ditinjau berdasarkan prespektif perdata menurut M.Isnaeni macam-macam perlindungan hukum terbagi menjadi 2 (dua) yaitu :

1. Perlindungan hukum internal

Perlindungan hukum internal merupakan perlindungan hukum yang lahir berdasarkan perjanjian ataupun klausula yang dibuat oleh para pihak terkait dengan memperhatikan kedudukan hukum yang sederajat dan memastikan terakomodasinya kepentingan para pihak. Perjanjian jual beli yang dilakukan oleh konsumen dengan pihak penyedia layanan jasa titip tiket konser dengan berdasarkan kata sepakat antara para pihak melalui sosial media *whatsapp* melahirkan hubungan hukum sekaligus hak juga kewajiban para pihak. Dimana perjanjian jual beli yang disepakati menjadi undang-undang bagi para pihak, sehingga pelaku usaha memiliki kewajiban dalam menyerahkan apa yang sudah disepakati yaitu berupa tiket konser dan konsumen memiliki kewajiban untuk membayarkan sejumlah harga yang sudah disepakati selanjutnya pelaku usaha berhak untuk mendapatkan sejumlah uang dengan nominal sesuai dengan harga yang disepakati dan konsumen berhak atas tiket konser. Berdasarkan hal tersebut perjanjian yang dibuat merupakan wujud dari perlindungan hukum internal bagi para pihak yang mengacu kepada hak dan kewajiban yang timbul akibat perjanjian itu sendiri sehingga apabila terdapat ketidaksesuaian antara kesepakatan dengan tindakan para pihak maka para pihak memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum.

2. Perlindungan hukum eksternal

Perlindungan hukum eksternal adalah bentuk perlindungan yang diciptakan oleh pihak yang memiliki otoritas dan kewenangan melalui regulasi, dengan tujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat. Ini berarti bahwa suatu undang-undang harus memberikan perlindungan hukum yang seimbang dan sesuai dengan proporsi sejak awal pembentukannya. Dalam hal ini pemerintah atau pejabat suatu negara yang membentuk UUPK dengan bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat sebagai konsumen maupun pelaku usaha. Berdasarkan prinsip perlindungan hukum Philipus M. Hadjon sarana perlindungan hukum eksternal yang berdasarkan pada suatu peraturan perundang-undangan dapat bersifat preventif dan represif.

- a) Perlindungan hukum preventif

Perlindungan hukum preventif adalah upaya yang diberikan oleh negara, dalam hal ini pemerintah negara bertujuan untuk mencegah terjadinya pelanggaran dengan mengambil tindakan pencegahan serta menetapkan pedoman atau batasan dalam melaksanakan suatu kewajiban. Hal tersebut terwujud dalam UUPK yaitu :

- 1) Perlindungan terhadap hak-hak konsumen, pada Pasal 4 UUPK mengatur mengenai batasan-batasan terkait hak-hak konsumen, Pasal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan perlindungan yang memadai dan adil serta mendorong kesadaran baik bagi konsumen maupun

pelaku usaha terhadap hak-hak konsumen yang menjadi kewajiban bagi pelaku usaha

- 2) Perlindungan hukum atas perbuatan pelaku usaha yang berpotensi merugikan konsumen, sebagai wujud perlindungan hukum yang bersifat preventif maka diberlakukannya ketentuan yang bersifat melarang tindakan merugikan pihak konsumen oleh pelaku usaha dalam UUPK yang ditujukan sebagai tindakan pencegahan agar pelaku usaha tidak sewenang-wenang dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Ketentuan mengenai larangan akan perbuatan pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 UUPK sampai dengan Pasal 17 UUPK termasuk larangan ketentuan pencantuman klausula baku Pada Pasal 18 UUPK. Pasal 9 UUPK dengan tegas melindungi konsumen dari tindakan pelaku usaha yang dalam melaksanakan kegiatan usahanya memberikan penawaran palsu sebagaimana yang dilakukan oleh penyedia layanan jasa titip tiket konser @Findtrove_id. Selanjutnya, secara eksplisit Pasal 16 UUPK melarang pelaku usaha yang melakukan kegiatan usaha dengan melalui mekanisme pesanan untuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi yang sudah disepakati. Ketentuan larangan bagi pelaku usaha dalam UUPK ditujukan agar terminimalisirnya potensi kerugian yang dihadapi oleh konsumen.
- 3) Perlindungan hukum yang ditujukan agar terjaminnya pelaksanaan perolehan hak-hak bagi konsumen dan pelaku usaha, hal tersebut terwujud melalui pembinaan dan pengawasan yang dilakukan oleh Menteri dan Instansi yang berwenang sebagaimana tercantum pada Pasal 29 UUPK dan Pasal 30 UUPK kedua pasal ini menggambarkan peranan pemerintah untuk menegakkan perlindungan hukum bagi konsumen dan pelaku usaha.

b) Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum eksternal tidak hanya bersifat preventif, tetapi juga terdapat perlindungan hukum yang bersifat represif. Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan yang dilakukan untuk menyelesaikan atau menanggulangi suatu peristiwa hukum termasuk penanganannya di lembaga peradilan maupun penanganan di luar lembaga peradilan. Tujuan utama dari perlindungan ini adalah untuk memberikan efek jera kepada pelaku pelanggaran dan memulihkan kerugian yang dialami oleh konsumen. Perlindungan hukum represif biasanya mencakup tindakan hukum berupa pengenaan sanksi baik administratif maupun pidana. Berikut merupakan pasal-pasal yang bersifat represif dalam UUPK :

- 1) Tanggung jawab dalam bentuk ganti rugi oleh pelaku usaha, Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab kepada konsumen atas kerugian yang timbulkannya Hal tersebut diatur dalam Pasal 19 UUPK Ayat
- 2) Pilihan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen, Pasal 45 Ayat (2) UUPK merupakan wujud dari perlindungan hukum yang bersifat represif, dikarenakan dalam pasal tersebut tercermin mengenai opsi atau pilihan akan upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen untuk dapat menyelesaikan permasalahannya baik melalui lembaga peradilan atau pun non lembaga peradilan
- 3) Sanksi administratif dan sanksi pidana, pemberian sanksi ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha mematuhi semua ketentuan yang telah diatur dalam undang-undang ini. Sanksi ini dirancang untuk melindungi hak-hak konsumen dengan memastikan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan hukum akan dikenakan tindakan tegas sehingga keberlakuan ketentuan ini dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa mereka dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan. UUPK mengatur mengenai sanksi administrasi pada Pasal 60, dijelaskan bahwa

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memiliki kewenangan untuk menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan pada Pasal 19 Ayat (2) dan Ayat (30), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26. Sanksi administratif tersebut berupa biaya rugi dengan jumlah maksimal sebanyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Selanjutnya ketentuan sanksi pidana tertulis pada Pasal 61 UUPK sampai Pasal 63 UUPK. Yang didalamnya mengatur mengenai pengenaan sanksi kurungan penjara dan denda, Pasal 62 UUPK dengan tegas menyatakan bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 Ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c dan huruf e, serta Pasal 17 Ayat (2) dan Pasal 18 akan dikenakan sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda dengan jumlah paling banyak sebesar Rp.200.000.00 (dua ratus juta rupiah). Selanjutnya pada Pasal 63 UUPK mengatur mengenai pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda dengan nominal paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Pasal 11, 12 dan 13 Ayat (1), serta Pasal 14, 16, dan 17 Ayat (1) huruf d dan huruf f.

Upaya Hukum yang Dapat dilakukan oleh Konsumen yang dirugikan Penyedia Layanan Jasa Titip Tiket Konser melalui Media Sosial berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kerugian merupakan suatu kondisi yang terjadi dimana seseorang tidak mendapatkan keuntungan dari apa yang telah ia keluarkan. Berdasarkan prespektif hukum perdata suatu kerugian bersumber dari wanprestasi dan/atau perbuatan melawan hukum. Pada kasus ini, kerugian yang dialami oleh konsumen berdasarkan wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha penyedia layanan jasa titip tiket konser. Seseorang dapat dikatakan melakukan wanprestasi apabila seseorang yang terikat dalam suatu perjanjian dengan pihak lain tidak menjalankan kewajibannya sama sekali, melaksanakan kewajiban atau prestasinya tetapi tidak tepat waktu, melaksanakan prestasi akan tetapi tidak sesuai dengan kesepakatan atau isi perjanjian dan melaksanakan prestasinya dengan cacat yang berarti pihak yang berutang dalam suatu perjanjian atau kontrak melaksanakan kewajibannya, tetapi tidak sesuai dengan persyaratan atau standar yang telah disepakati.

Pelaku usaha penyedia layanan jasa titip tiket konser dapat dikatakan tidak memenuhi prestasinya sama sekali. Dalam perjanjian jual beli yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen, pelaku usaha seharusnya menyerahkan tiket konser kepada pihak konsumen yang sudah melakukan pembayaran secara penuh untuk memenuhi hak konsumen. Konsumen mengalami kerugian materiil berupa biaya-biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh tiket konser serta mencakup biaya yang konsumen keluarkan untuk menonton konser Coldplay. Selanjutnya konsumen mengalami kerugian immateriil yang mencakup aspek-emosi, psikologis, dan sosial yang terjadi akibat dari pengalaman buruk dengan produk atau layanan. Dalam hal ini dapat berupa rasa kecewa dan rasa sedih yang dialami oleh konsumen karena tidak dapat menonton konser yang dinanti-nantikannya, tidak hanya itu konsumen merasakan frustrasi, stress dan khawatir karena pelaku usaha dalam pelayanannya tidak kunjung menyerahkan tiket konser.

Sehingga dalam prespektif perdata berdasarkan wanprestasi tersebut seorang konsumen yang bersengketa dengan pelaku usaha dapat berupaya untuk menyelesaikannya baik di luar jalur pengadilan (non litigasi) atau pun melalui jalur pengadilan (litigasi) sebagaimana tercantum pada Pasal 45 UUPK.

1. Penyelesaian Sengketa di luar jalur pengadilan (non-litigasi)

Penyelesaian sengketa di luar jalur pengadilan di Indonesia selanjutnya dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa sebagaimana diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (yang selanjutnya ditulis

sebagai UU AAPS). Dalam konteks penyelesaian sengketa konsumen, penyelesaian sengketa tersebut dapat ditempuh melalui lembaga yang memiliki kewenangan atas penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagaimana tertulis dalam Pasal 52 UUPK.

a. Alternatif Penyelesaian Sengketa

Alternatif Penyelesaian Sengketa menurut Pasal 1 Angka 10 UU AAPS merujuk pada metode penyelesaian konflik atau perselisihan melalui prosedur yang disetujui oleh para pihak, yaitu penyelesaian di luar pengadilan melalui konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian oleh ahli.

- 1) Konsultasi, merupakan proses di mana para pihak yang bersengketa melakukan diskusi dengan seorang konsultan atau pihak ketiga yang memiliki kompetensi dalam bidang tertentu untuk mendapatkan saran atau prespektif mengenai penyelesaian sengketa.
- 2) Negosiasi, adalah metode yang dilakukan oleh para pihak yang bersengketa dengan berunding satu sama lain tanpa melibatkan pihak ketiga untuk mencapai kesepakatan dan solusi dari penyelesaian permasalahan yang dihadapi.
- 3) Mediasi, proses mediasi merupakan proses penyelesaian sengketa dengan melibatkan bantuan pihak ketiga yang disebut sebagai mediator yang netral dan tidak memihak pihak manapun, guna mencapai penyelesaian sengketa yang disepakati para pihak, seorang mediator hanya memiliki kewenangan untuk membantu para pihak berkomunikasi dan mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan, dalam hal ini seorang mediator tidak memiliki kewenangan dalam memutuskan hasil sengketa.
- 4) Konsiliasi, proses penyelesaian sengketa ini dapat dikatakan hampir mirip dengan proses mediasi, akan tetapi pihak ketiga dalam proses penyelesaian sengketa konsiliasi yaitu konsiliator yang membantu para pihak untuk mencapai suatu kesepakatan dalam penyelesaian sengketa. Konsiliator memiliki wewenang untuk memberikan saran serta rekomendasi, akan tetapi proses penyelesaian sengketa tetap berada ditangan para pihak yang bersengketa sehingga Keputusan konsiliator dapat mengikat secara hukum hanya jika disetujui oleh para pihak.
- 5) Penilaian ahli, suatu kondisi dimana para pihak yang bersengketa setuju untuk meminta pendapat atau evaluasi dari seorang ahli pada bidang tertentu terkait dengan sengketa yang dihadapi.

b. Arbitrase

Arbitrase adalah salah satu metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan, di mana para pihak yang bersengketa sepakat untuk menyerahkan penyelesaian sengketa kepada satu atau lebih arbiter (wasit) yang akan memberikan keputusan yang mengikat. Proses arbitrase didasarkan pada sebuah perjanjian arbitrase yang dibuat atas kehendak para pihak secara tertulis dan disaksikan oleh notaris. Putusan arbitrase yang dikeluarkan oleh arbiter bersifat final dan langsung mengikat para pihak yang bersengketa. Putusan ini kemudian dapat didaftarkan ke Panitera Pengadilan Negeri oleh arbiter atau kuasanya, dan ketua Pengadilan Negeri diberikan waktu 30 hari untuk memberikan perintah pelaksanaan putusan arbitrase tersebut

c. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah lembaga yang didirikan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha, baik itu terkait dengan produk maupun jasa yang disediakan. BPSK diatur berdasarkan UUPK, Lembaga BPSK dibentuk pada setiap provinsi di Indonesia dengan struktur dan prosedur yang diatur dalam peraturan

pemerintah serta Keputusan Menteri terkait Metode yang digunakan oleh BPSK dalam menyelesaikan suatu sengketa terdiri dari metode mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.

- 1) Mediasi, Metode mediasi merupakan proses penyelesaian sengketa dengan melibatkan pihak ketiga yang netral (mediator) untuk membantu pihak-pihak yang bersengketa mencapai kesepakatan dalam hal ini BPSK berperan sebagai perantara dan penasehat, majelis dari BPSK menyerahkan sepenuhnya proses dan bentuk penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha yang bersangkutan.
- 2) Konsiliasi, adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan melalui BPSK yang berperan sebagai perantara untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa dan penyelesaian sengketa diserahkan kepada para pihak. Majelis BPSK berperan sebagai konsiliator dan memiliki kewenangan untuk mengeluarkan putusan.
- 3) Arbitrase, merupakan upaya penyelesaian sengketa di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat oleh para pihak yang bersengketa dan disepakati oleh para pihak untuk diselesaikan oleh orang yang dipilih para pihak dan para pihak bersedia menyepakati keputusan yang dibuat, dalam hal ini para pihak yang bersengketa yaitu konsumen dan pelaku usaha memilih arbitrator dari anggota BPSK, arbitrator yang dipilih oleh para pihak kemudian memilih arbitrator ketiga dari anggota BPSK. Dalam proses arbitrase putusan terhadap sengketa dilakukan oleh majelis yang menangani perkara serta memiliki kekuatan hukum tetap dan mengikat para pihak.

2. Penyelesaian Sengketa melalui jalur pengadilan (litigasi)

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi atau lembaga peradilan negara berarti sengketa yang terjadi akan diperiksa dan diadili sesuai dengan rangkaian persidangan. Penyelesaian di Pengadilan dilakukan sesuai dengan hukum acara perdata pada umumnya yaitu diawali dengan gugatan, upaya perdamaian, jawaban dan eksepsi, replik, duplik, pembuktian dan putusan Hakim. Proses pemeriksaan di pengadilan dilakukan secara menyeluruh dalam hal termasuk keabsahan dari hal yang mendasari terjadinya sengketa, serta putusan di pengadilan mutlak merupakan putusan dari Hakim yang bertugas.

Secara umum terdapat upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang melakukan penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan (litigasi). Upaya hukum tersebut terdiri dari upaya hukum biasa dan upaya hukum luar biasa. Upaya hukum biasa merupakan langkah-langkah yang dapat diambil oleh pihak yang tidak puas dengan putusan pengadilan tingkat pertama untuk meminta pengadilan yang lebih tinggi mengkaji ulang atau memeriksa kembali kasusnya.

Upaya hukum biasa terdiri dari perlawanan (*verzet*), banding, dan kasasi. Perlawanan (*verzet*) merupakan upaya hukum yang berbentuk suatu putusan yang dibuat tanpa kehadiran tergugat. Selanjutnya, Banding adalah upaya hukum yang diajukan ke pengadilan yang lebih tinggi oleh pihak yang tidak puas dengan putusan pengadilan tingkat pertama (pengadilan negeri), pada dasarnya pengajuan banding ditujukan untuk meminta pengadilan yang lebih tinggi (pengadilan tinggi) untuk mengkaji ulang putusan pengadilan tingkat pertama dan memberikan putusan baru. Sedangkan kasasi, merupakan tidak lanjut dari hasil banding. Kasasi merupakan upaya hukum yang diajukan ke Mahkamah Agung oleh pihak yang tidak puas dengan putusan pengadilan tinggi. Upaya hukum luar biasa adalah langkah-langkah khusus yang bisa diambil setelah semua upaya hukum biasa telah ditempuh dan

biasanya digunakan untuk menangani kasus-kasus yang memiliki kejanggalan atau kesalahan tertentu. Dalam upaya hukum luar biasa terdapat peninjauan kembali yaitu paya hukum luar biasa yang diajukan ke Mahkamah Agung oleh pihak yang merasa ada kekhilafan atau kekeliruan yang nyata dalam putusan yang telah berkekuatan hukum tetap (*inkracht*). Pengajuan permohonan peninjauan kembali harus memenuhi alasan-alasan tertentu, seperti adanya bukti baru (*novum*), atau kekhilafan hakim dalam putusan.

Upaya hukum luar biasa juga meliputi Perlawanan pihak ketiga (*Derden Verzet*) adalah upaya hukum luar biasa yang diajukan oleh pihak ketiga yang tidak terlibat dalam perkara yang telah diputuskan, tetapi merasa dirugikan oleh putusan tersebut. Pihak ketiga tersebut mengajukan perlawanan untuk melindungi hak-haknya yang terpengaruh secara negatif oleh putusan pengadilan. Berdasarkan penelitian terhadap kasus yang terjadi, maka konsumen dapat memulihkan kembali keadaannya dengan melakukan upaya hukum untuk menyelesaikan sengketanya melalui peradilan (*litigasi*) atau pun non peradilan (*non litigasi*). Seorang konsumen yang hendak menyelesaikan sengketanya di luar pengadilan dapat melibatkan atau melaporkan peristiwa yang terjadi kepada Badan penyelesaian sengketa Konsumen (BPSK) sehingga penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui metode mediasi, konsiliasi dan arbitrase dengan melibatkan peran BPSK.

Bagi konsumen yang memilih menyelesaikan sengketanya melalui lembaga peradilan apabila konsumen merasa keberatan atas putusan yang dikeluarkan oleh hakim maka konsumen dapat melakukan hukum biasa yang terdiri dari banding dan kasasi, apabila dari kedua upaya hukum tersebut terdapat suatu kekhilafan dalam putusan sehingga menimbulkan kekeliruan terhadap putusan yang sudah memiliki kekuatan tetap maka seorang konsumen dapat melakukan upaya hukum luar biasa dengan peninjauan kembali.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdiri dari perlindungan hukum internal dan eksternal, Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari perlindungan hukum eksternal yang bersifat preventif dan represif. Pada kasus ini, perlindungan internal bagi para pihak berupa perjanjian yang dilakukan melalui media sosial dapat dikatakan lemah karena terbatasnya klausula pada perjanjian yang terjadi sehingga tidak terakomodasinya apa yang seharusnya menjadi bagian dari hak konsumen, perjanjian yang dilakukan hanya berdasarkan kesepakatan, bentuk perjanjian tidak tertuang secara tertulis. Dalam hal ini, semestinya terdapat perjanjian tertulis didalamnya mengatur mengenai ketentuan dan prosedur penyerahan dan *timeline* penyerahan tiket konser secara pasti atau bahkan alternatif yang disediakan oleh pelaku usaha apabila terjadi kendala, hal-hal tersebut merupakan upaya yang seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen.
2. Terdapat 2 (dua) upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan oleh penyedia layanan jasa titip tiket konser. Secara perdata, yaitu melalui pengadilan (*litigasi*) dan diluar pengadilan (*non litigasi*) Sebagaimana tercantum pada Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Lembaga peradilan konsumen dapat melakukan upaya hukum biasa dan luar biasa yang terdiri dari banding, kasasi, dan peninjauan kembali, yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Kekuasaan Kehakiman, Sedangkan, di luar Lembaga peradilan (*non litigasi*) konsumen dapat melibatkan lembaga khusus yang memang diperuntukan untuk menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan menggunakan metode mediasi, konsiliasi dan arbitrase. Pasal 45 Ayat (1) UUPK menegaskan bahwa apabila konsumen telah memilih Upaya

penyelesaian sengketa tidak melalui lembaga peradilan (non litigasi), Upaya melalui jalur Lembaga peradilan (litigasi) selanjutnya hanya dapat ditempuh apabila pihak yang bersengketa tidak memperoleh solusi melalui Upaya hukum di luar Lembaga peradilan (non litigasi).

Acknowledge

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan artikel ilmiah ini. terselesaikannya artikel ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, pertama-tama penulis sampaikan terima kasih kepada orang tua tersayang yaitu Ibu Saya Tercinta dan adik-adiku tersayang serta teman-teman sajatiku yang tidak pernah berhenti untuk mendoakan penulis serta selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Selanjutnya sehubungan dengan itu disampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat Bapak Rektor, Bapak/Ibu Dekan dan Wakil Dekan, Prof. Dr. Hj. Neni Sri Imaniyati, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing utama, dan Bapak Asep Hakim Zakarian S.H., M.H., selaku Pembimbing Pendamping juga Ibu Diana Wiyanti S.H., M.H., selaku Dosen Penguji Sidang, Staf Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Bandung, Staf Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Islam Bandung, juga semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan artikel ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Daftar Pustaka

- [1] Arifatul Hasanah (dkk.), “Pengaruh Media Sosial dalam Transaksi Jual Beli di Era Digital”, *Journal Beauty and cosmetology (JBC)*, Vol.4, No.1, 2022, Hlm.1.
- [2] Elisabet Haryani, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Pembelian Produk Jasa Berupa Tiket Konser Dari Pelaku Usaha Melalui Media Sosial Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum Adigama*, Vol.4, No.2, 2021.
- [3] Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen (Edisi revisi)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2017.
- [4] Louis Yulius, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk yang Merugikan Konsumen”, *Jurnal Lex Privatium*, Vol.1, No. 3, 2013.
- [5] <https://humas.polri.go.id/2023/05/22/polda-metro-jaya-ungkap-kasus-penipuan-jasa-titip-tiket-konser-coldplay/>
- [6] Irwansyah, Penelitian Hukum (Pilihan dan metode praktik penulisan artikel) Edisi Revisi, Mirra Buana Media, Yogyakarta, 2022.
- [7] Rosmawati, Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen, Kencana, Jakarta, 2018.
- [8] Roswita Sitompul, *Hukum Perdata Indonesia*, Pustaka Bangsa Press, Medan, 2006.
- [9] Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- [10] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- [11] Neni Sri Imaniyati, Hukum Bisnis Telaah tentang Pelaku dan Kegiatan Ekonomi, Graha ilmu, Yogyakarta, 2009.
- [12] Neni Sri Imaniyati (dkk.), Hukum Kekayaan Intelektual (Kekayaan Intelektual, Hak Kekayaan Intelektual, Hak Cipta, Paten, dan Merek), Kencana, Jakarta, 2024.
- [13] Sarah Judith Putri Santosa dan Asep Hakim Zakiran, “Pertanggungjawaban Penyedia jasa Layanan Elektronik terhadap Pembatalan Pembelian Tiket Online Secara Sepihak Kepada Konsumen berdasarkan PP No.80 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Transaksi Melalui Sistem Elektronik”, *Bandung Conference Series : Law Studies*, Vol.3, No.1, 2023.